نامهٔ

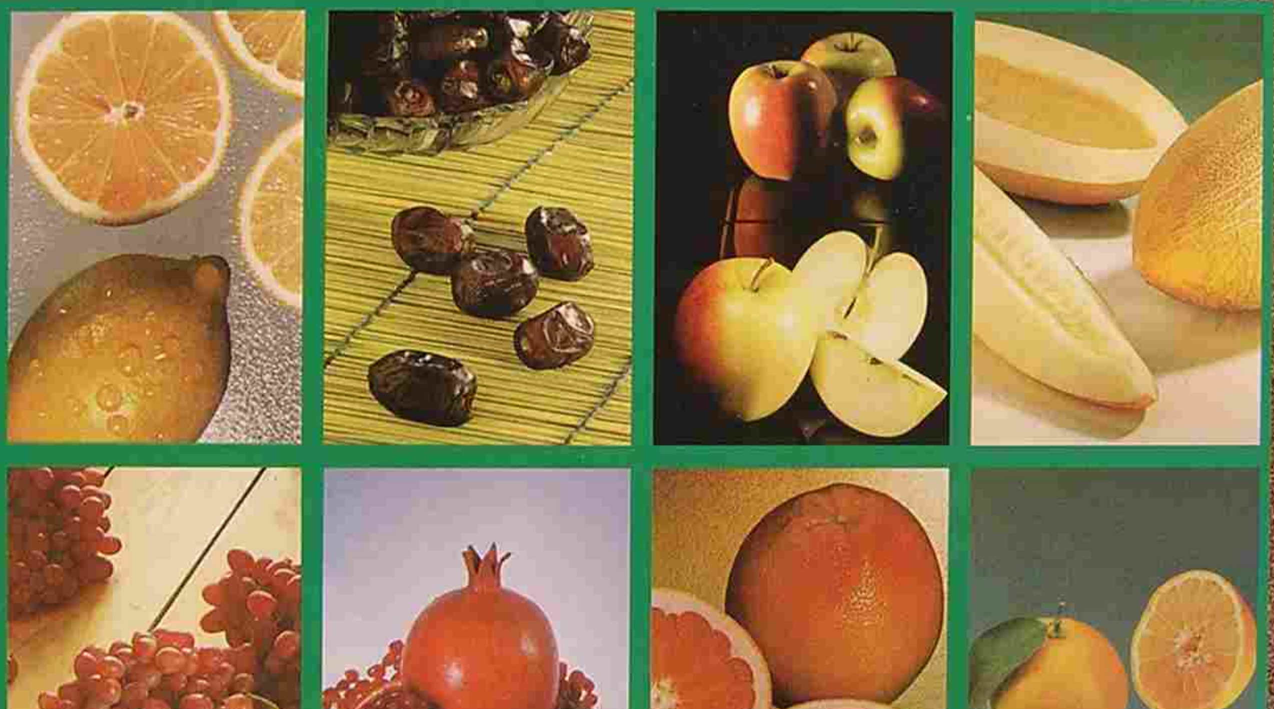
اتاق بازرگانی

نشریه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران

مهر ماه ۱۳۷۴ تکشماره ۱۵۰۰ ریال

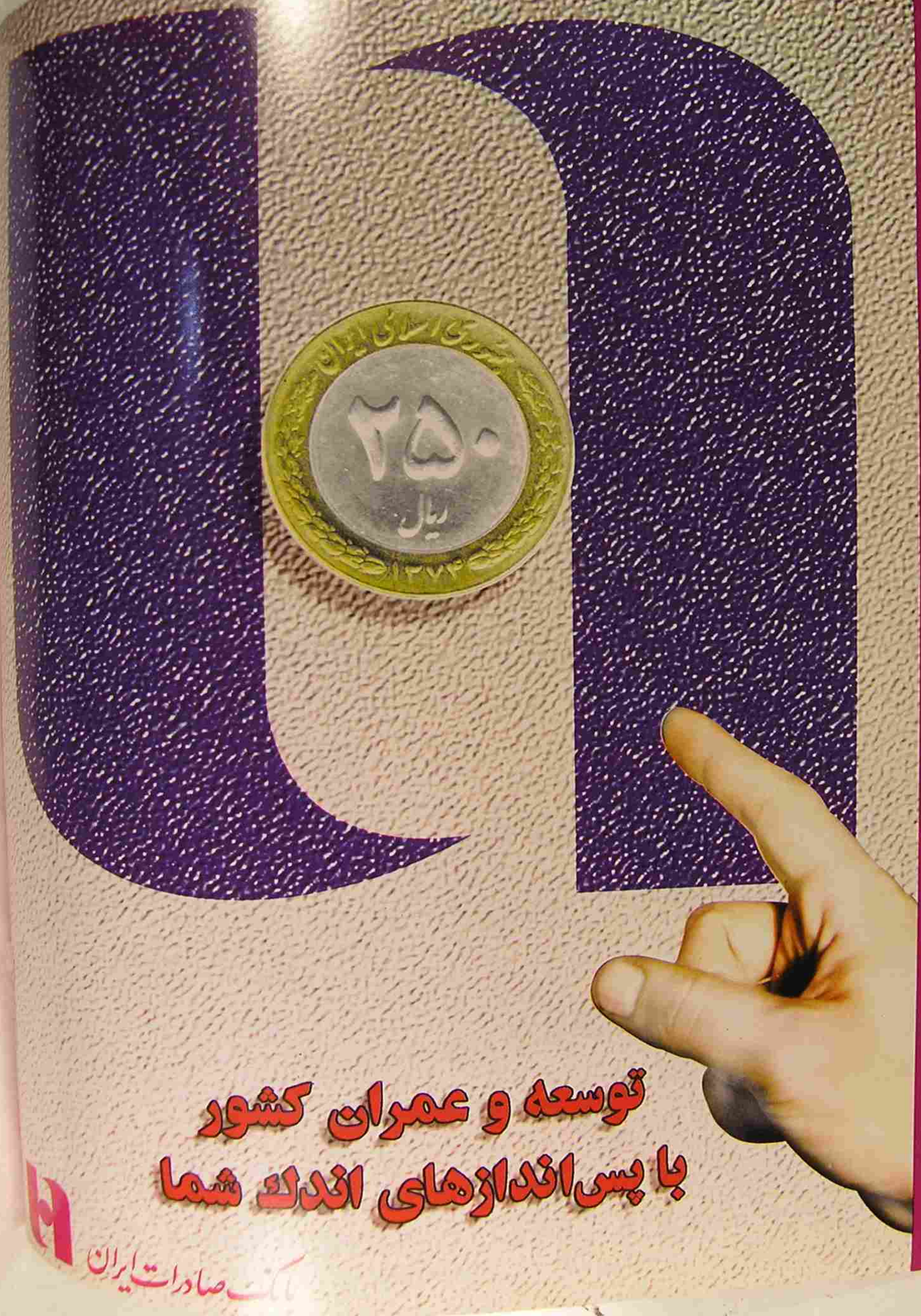
شماره استاندارد بین المللی ۱۱-۳۰۱۱-۲۴-۱۰ Namah-'i utaq-i bazargani

اقتصاد باغبانی کشور



- کاهش واردات را چگونه باید تعبیر کرد؟
- سمینار خصوصی سازی در استانبول
- کمکهای توسعه و کشورهای رو به رشد


CHILLERS.COOLING TOWERS
AIR HANDLING UNITS
FANCOIL....
SARAN
SARAN
AIR CONDITIONING MFG, GROUP
Central Office TEL:(021) 7538301-5 FAX:750 8200


۲۵۰
ریال
توسعه و عمران کشور
با پس‌اندازهای اندک شما
بانک صادرات ایران

بسم الله الرحمن الرحیم



نامهٔ اتاق بازرگانی

مهرماه ۱۳۷۴
نشریه اقتصادی
شمارهٔ استاندارد بین‌المللی: ۳۰۱۱-۱۰۲۴
صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران
مدیر مسئول: مهندس علینقی خاموشی

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران

انتشارات
نشانی: خیابان طالقانی ۲۵۴: تهران ۱۵۸۱۴
صندوق پستی: ۴۶۷۱ - ۱۵۸۷۵
تلفن: ۹ - ۸۸۴۶۰۳۱
تلکس: TCIM-IR ۲۱۳۳۸۲
فاکس: ۸۸۲۵۱۱۱
تلگرافی: اتاق ایران - تهران

لیتوگرافی و چاپ: چاپخانه انتشارات سروش

یادداشت

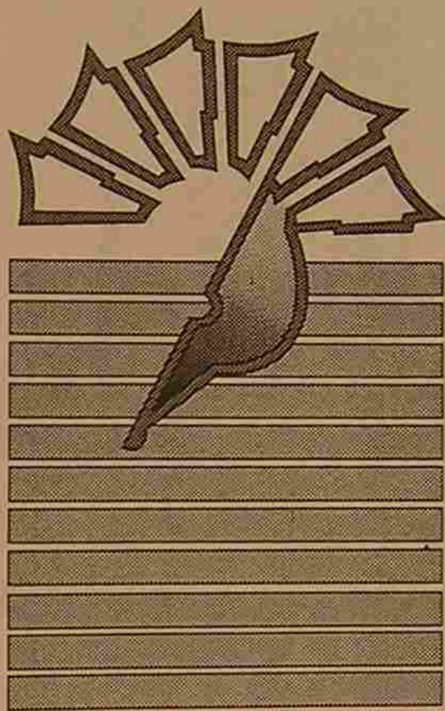
بحث و نظر

مقالات اقتصادی

اخبار اقتصادی

اطلاعات تجاری

یادداشت



کاهش واردات را چگونه باید تعبیر کرد؟

وزیر بازرگانی در سمینار آذربایجان اظهار داشت در سال ۷۲ معادل ۳۰ میلیارد دلار کالا وارد کشور شده بود که این رقم در سال ۷۳ به ۸ میلیارد دلار کاهش یافت. یعنی واردات کشور ظرف یکسال نزدیک به یک چهارم شده است(۱) در همان حال گفته شده که صادرات غیرنفتی در سال گذشته به ۴/۲ میلیارد دلار(رقم ثبت شده)بالغ شده یعنی نسبت واردات به صادرات غیرنفتی، که بطور متوسط در ده سال گذشته سالانه ۱۴ به یک بود، در سال گذشته به کمتر از ۲ به یک رسیده است.

نگاهی به حساب موازنه بازرگانی خارجی، یعنی کل ارز به دست آمده از صدور نفت و کالاهای غیرنفتی و صادرات خدمات در برابر کل واردات، نشان می‌دهد که پس از سالها کسر شدید موازنهٔ ارزی، در سال گذشته ،این حساب مازاد برجای گذاشته است به گفته وزیر بازرگانی "این مازاد برابر ۶ میلیارد دلار بوده است"که عمدتاً به مصرف بازپرداخت قسمتی از دیون عقب افتادهٔ ایران از سالهای ۷۰ و ۷۱ و ۷۲ رسیده است.

پیش از این، و در اوج هیاهوی رسانه‌های گروهی غرب در مورد دیون ایران که مورد بهره‌برداری تبلیغاتی دشمنان ما قرار گرفته بود، نوشتیم که اگر اندکی تحمل سختی داشته باشیم و حجم واردات را تا حد لازم پائین آوریم و کمی بر فعالیتهای تولیدی و صادراتی خود بیافزائیم می‌توانیم بدهی‌های خارجی خود را در فرصتی اندک تصفیه کنیم و تعادل را به اقتصاد کشور بازگردانیم. ارقام فوق نشان می‌دهد که پیش‌بینی ما درست بوده است و امیدواریم روند کاهش واردات به نحوی معقول ادامه یابد که کمترین زیانی به روند روبه‌رشد تولید، خاصه تولید به منظور صادرات، وارد نیاورد. بدیهی است ، برخلاف اظهارنظر پاره‌ای مقامات بانکی تورم در کشور نه تنها مهارنشده ، بلکه روند صعودی شدیدتری یافته (۲) به نحوی که در چهارماه اول امسال در مقایسه با مدت مشابه سال قبل قیمت کالاهای مصرفی ۵۳ درصد افزایش یافته است. ما در همینجا به کسانی‌که در نظام پولی و بانکی کشور نقشی دارند و به کلیهٔ دست‌اندرکاران یکبار دیگر توصیه می‌کنیم از غلوکردن و بیان آمار و ارقام غیرواقعی خودداری کنند زیرا

این امر نتیجهٔ معکوس می‌بخشد. فرضاً وقتی آمار بانک مرکزی از یک تورم ۵۳ درصدی در چهارماه اول امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل سخن می‌گوید، چگونه مدیرعامل یک بانک، که آنهم مؤسسه‌ای دولتی است، بخود اجازه می‌دهد بگوید حجم نقدینگی و تورم مهار شده است.

اگر خواننده بیاد داشته باشد، ما چندبار در این مجله پیش‌بینی کردیم که پائین آوردن تورم به میزان ۱۲ درصد در سال طی برنامه دوم خارج از حد توان خواهد بود. این پیش‌بینی متکی بر واقعیات محسوس و با توجه به آمار و ارقام مربوط به توان تولید و عرضه کالا و قدرت خرید کلی جامعه است که با افزایش نقدینگی، طبعاً برآورد آن خارج از انتظار نبود.

به همان میزان که پرداخت بدهیهای معوقه برای کشور و داشتن تراز مثبت بازرگانی خارجی شادی آفرین است، به همان نسبت و شاید بیش از آن کاهش غیراصولی واردات نیز نگران کننده است، زیرا اگر به ترکیب واردات کشور در سالهای اخیر توجه کنیم متوجه می‌شویم که قسمت اساسی واردات ما مربوط به دو بخش مهم بوده است. یک بخش کالاهای اساسی مصرفی، برای تأمین نیازمندیهای روزمره مردم مانند مواد غذائی و داروئی و بهداشتی و دیگری که مهمترین سهم واردات را بخود اختصاص می‌دهد، واردات کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مواد خام برای تولید کالاهای گوناگون می‌باشد. اگر قرار است از واردات بی‌رویه جلوگیری کنیم نباید به هیچوجه به تولیدات لطمه وارد آید، زیرا در آن صورت فشار تقاضای ارضاء نشده واردات قاچاق را توسعه خواهد داد، در حالی که با توسعهٔ تولیدات داخلی و رفع نیاز مصرف داخلی طبعاً فشار تقاضای واردات تخفیف خواهد یافت. دیگر آنکه اجرای برنامهٔ اساسی صادرات غیرنفتی وتنوع بخشیدن به آن وکسب درآمد ارزی ناشی از ارزش افزوده، وقتی میسر است که به اندازهٔ لازم کالا برای صادرات، آنهم با کیفیت مطلوب و با حجم لازم، در اختیار داشته باشیم که طبعاً بخش عمده‌ای از نیازهای صنایع به قطعات و لوازم یدکی و توسعهٔ ماشین‌آلات تولیدی و تأمین مواد واسطه و اولیه به واردات نیازمند است. بنابراین محدودیت واردات را در درازمدت نباید یک امتیاز بدانیم بلکه باید آنرا یک برنامهٔ مقطعی برای غلبه برمشکل مهمتری که بدهیهای معوقه باشد تلقی کنیم. در یک اقتصاد پویا، واردات و صادرات باید توسعه یابد با این فرضها که:

اول – واردات به تولید کالاهای موردنیاز داخل کمک کند و مزیتهای نسبی ما را برای صدور کالا بارور سازد.

دوم – واردات به قصد تهیه کالاهائی با ارزش افزوده برای صادرات صورت گیرد.

سوم – واردات برای صدور مجدد، بادرنظرگرفتن ارزش افزوده‌ای که در کشور روی آن صورت می‌گیرد، باشد.

چهارم – واردات در موارد اضطراری برای تأمین کمبود کالاهای استراتژیک، مانند گندم در سال کم محصول باشد.

پنجم – واردات بقصد صدور به کشور ثالث بادرنظرگرفتن منافع حاصل از تجارت بین‌المللی و درآمدهای حاشیه‌ای آن مانند به کارگیری وسائط حمل ونقل کشور، استفاده از مناطق آزاد و حراست شده، استفاده از انبارها، درآمدهای حاصل از خدمت‌رسانی به عاملین و واسطه‌های معاملاتی دیگر کشورها و نهایتاً برقراری و گسترش روابط تجاری با هدف بلندمدت جایگزین کردن این‌گونه کالاها(که عرفاً ترانزیتی یا واردات موقت نامیده می‌شود) با تولیدات داخلی، صورت گیرد.

ششم – اولویتهای وارداتی با توجه به هدفهای بلندمدت رشد مستمر و سراسری اقتصادی با تأکید خاص بر وضع اقتصادی مناطق عقب افتاده و محروم و مردم کم درآمد، به نحوی که نیازهای اساسی فوری آنها را رفع کند و در زمانی معقول آنها را قادر به خودگردانی سازد، تعیین شود.

در امر صادرات هم باید مزیتهای نسبی با توجه به کمیت و کیفیت تولید و قیمت تمام شده و رقابت دیگر تولیدکنندگان در بازارهای جهانی موردنظر باشد، اعم از اینکه این مزیتها فعلاً وجود داشته باشدیا با بهبود روشهای کار و بهره‌وری و آموزش بیشتر ایجاد شود.

به‌این ترتیب تجارت خارجی ما، اعم از واردات و صادرات، هدف معقول و منطقی می‌یابد و به رشد و توسعهٔ اقتصادی کشور کمک می‌کند و رفته‌رفته مارا قادر می‌سازد که از رقابت وحشت نکنیم و با جرأت و جسارت کالاهائی را که در آنها دارای مزیت نسبی هستیم روانه بازارهای خارج کنیم و با افزایش کیفیت کالاهای داخلی از بازترکردن دروازه‌های کشورمان بر روی واردات پاره‌ای کالاها نیز نگران نباشیم و تجارت خارجی را به صورت یک ترافیک دوطرفه درنظر آوریم. دراین صورت واردات و صادرات و طبعاً تولیدات داخلی توسعه خواهند یافت و رفاه عمومی تأمین خواهد شد و نیازی به واردات قاچاق کالاهای اساسی و مجاز نخواهد بود.

آنچه در این مورد بخصوص باید موردتوجه باشد اینست که از یکطرف کمک به متعادل کردن دریافتها و پرداختهای ارزی و دوری از هر نوع تأخیر در پرداخت دیون سررسید شده باید مقدم بر هراس از تورم باشد. منکر این نیستیم که تورم در مقیاسهای بالاتر از حد متعارف آفتی علیه سلامت اقتصادی جامعه است اما خدشه‌دار شدن اعتبار مالی یک کشور در عرصهٔ بین‌المللی آفتی به مراتب بزرگتر است. در هرحال کنترل تورم از یک‌طرف به‌عرضهٔ کافی کالاهای موردنیاز عموم، متناسب با حجم پول در گردش و سرعت گردش پول (و آنچه عملاً نقش پول را بازی می‌کند)، بستگی دارد و از طرف دیگر با عادات مصرف کننده وانتظارات اوارتباط پیدا می‌کند که این دو مورد اخیر را در بلندمدت می‌توان درحدنیاز واقعی و ضروری – با انجام کار فرهنگی مداوم – تعدیل نمود. در مورد نیازهای اساسی طبیعی است که اگر بتوانیم در داخل و از طریق تولیدات داخلی مزیت نسبی کسب کنیم، تولید داخلی مرجح خواهد بود. در غیر این‌صورت باید بدون تعصب نیازهای اساسی، که در تولید آنها مزیت نسبی نداریم، از خارج بدست آید، مشروط براین‌که حداقل بتوانیم معادل ارز لازم برای تأمین این نیازمندیها را از طریق صدور کالاهائی که در آنها مزیت نسبی داریم تحصیل ارزکنیم.

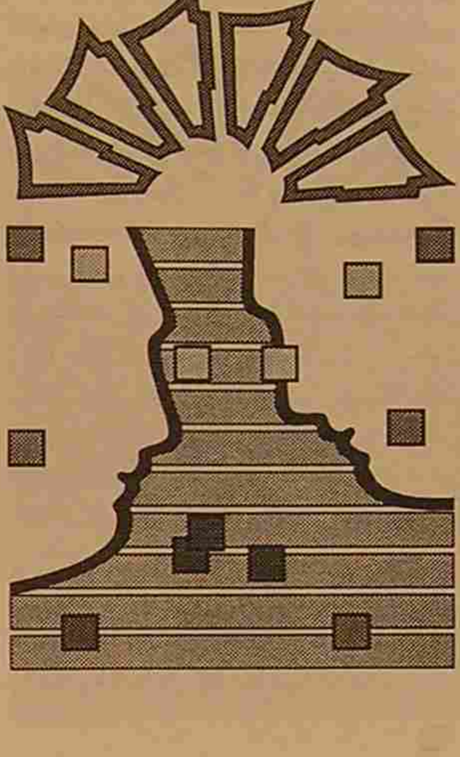
مأخذ:

(۱) روزنامه رسالت مورخ یکشنبه ۲۶ شهریورماه ۷۴

(۲) همان مأخذ به نقل از مدیرعامل بانک صادرات

□

بحث و نظر



ضرورت ایجاد هماهنگی در سیاستهای مالی وپولی برای تحقق هدفهای رشد اقتصادی

تحقق رشد مستمر،مطلوب و سراسر اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی که عمده‌ترین هدف برنامهٔ دوم راتشکیل می‌دهد مستلزم ایجاد هماهنگی در سیاستهای مالی وپولی باهدف دست‌یابی به رشد موردنظر می‌باشد.

دربادی امر به نظر می‌رسد وزارت اموراقتصادی ودارائی مسئول ایجاد این هماهنگی است، زیرا بنابه وظیفهٔ امور دارائی در حقیقت دخل وخرج مملکت کلاً زیرنظر وزارت دارائی است . حتی سازمانهائی‌که برای آنها حساب وکتاب ودخل وخرج مستقل درنظر گرفته شده نهایتاً دربرابر وزارت دارائی جوابگو خواهند بود ودیوان محاسبات - که باوجود استقلال به نحوی درارتباط تنگاتنگ باوزارت دارائی است - حق هرگونه رسیدگی ادواری واتفاقی به دفاتر ودخل و خرج همهٔ سازمانهائی راکه به نحوی با خزانه عمومی درارتباط هستند دارد.

ازطرف دیگر بنابه وظیفهٔ اموراقتصادی، وزارت اموراقتصادی ودارائی می‌باید براجرای برنامه‌های اقتصادی کشور نظارت ومسئولیت داشته باشد. به این ترتیب سازمان برنامه وبودجه به‌عنوان برنامه‌ریز ونهایتاً ناظر درکاربودجه وبرنامه درمی‌آید. طبعاً مسئولیت اجرائی دراموراقتصادی به عهده وزارت امور اقتصادی ودارائی می‌ماند ودردیگرامور، اجرا تحت نظر وزارتخانه وسازمان ذی‌ربط خواهد بود ونظارت بردرآمد و هزینه طرحهابه عهده وزارت دارائی محول خواهدشد. چنین مکانیسمی، به هرصورت، وزارت اموراقتصادی ودارائی را دررأس هرم ساختار اجرای برنامه‌ها قرار می‌دهد. امامسأله اساسی اینست که وزارت مذبور سنتاً برای اجراونظارت برحسن برنامه‌های اقتصادی وعمرانی کشورایجاد نشده است . بلکه وظیفهٔ آن وصول درآمدهای قانونی،اعم از مالیاتهای مستقیم وغیرمستقیم وگاه عوارض مختلفه، از یک سو و پرداخت هزینه‌های قانونی ازسوی دیگر است . به تدریج گرایش به سوی جمع‌آوری تمام درآمدهای سازمانهای دولتی ووابسته به دولت ومؤسسات عمومی ووزارتخانه‌ها دروزارت دارائی ونیزانجام هزینه‌هاواز طریق همین وزارتخانه فزونی گرفت وروش "دخل وخرج" که به وزارتخانه‌ها وسازمانهای خاصی اجازه می‌داد خوددرآمدهائی را وصول کنند وازهمان محل نیز هزینه‌های مصوب را انجام

دهندبه تدریج تضعیف گردید،به نحوی که اینک غلبه برروش دخل وخرج جداگانه است واحتمالاً درآینده روش دخل وخرج مشترک به طورکلی منسوخ می‌شود و نظارت اجرائی وزارت اموراقتصادی ودارائی دردخل وخرج بیت‌المال به صورت تمام وکمال اعمال می‌گردد که این خود پیشرفتی درامراجرا ونظارت در وصول بهتر درآمد وهزینه کردن بهتر وثمربخش تر است.البته مطلوب بودن این روش تا آنجاست که وصولیها عادلانه وقانونی باشد وهزینه‌ها نیزبه طور صحیح وسریع انجام شود تا تأخیرات ناخواسته در امور اجرائی و عمرانی واقتصادی کشور پیش نیاید.

نکته‌ای که تقریباً عمومیت دارد اینست که عرفاً دستگاههای وصولی هروجهی را که به حساب آنها ریخته شود قبول می‌کنند، اما در پرداختها بسیار سخت‌گیر هستند. حتی اگر فردی، وجهی رابه اشتباه بیش از حد مقرر پرداخت کرده باشد وبرای مطالبه مازادوجه پرداختی مراجعه کند باید مدتها دوندگی کند تابتواند مجوز لازم را برای پس‌گرفتن مازاد پرداختی وصول کند. اگر این امر فرضاً برای یک مؤدی معمولی مسأله دشواری تلقی نشود،لیکن برای یک دستگاه اجرائی،که باید برنامه عظیمی را در رأس مدت شروع کند وبموقع بپایان برساند، طبعاً مسأله‌ساز خواهد بود.

بحث مهمتری که وجود دارد ایجاد هماهنگی درسیاستهای مالی وپولی از یک‌طرف، وهماهنگی این هر دو سیاست به عنوان ابزار توسعه می‌باشد. دربادی امربه نظرمی‌رسد سیاستهای مالی وپولی دقیقاً دریک راستا عمل می‌کنند درحالی که حقیقت امرجزاینست. برای روشن شدن موضوع می‌توانیم مثال ساده‌ای بیاوریم:افزایش حجم پول درگردش نسبت به کالای مورد دادوستد دربازار، ایجاد تورم می‌کند. حال این تورم راازچند طریق می‌توان مهارکرد که یکی از آنها کاهش حجم پول درگردش است. اما می‌دانیم کاهش حجم پول درگردش به سهولت میسرنیست،خاصه دریک دورهٔ تورمی که قیمتها شدیداً روبه افزایش است ومردم از ترس گرانترشدن کالاها به خریدهای اضافی وذخیره سازی کالا روی می‌آورند وطبعاً نرخ بهره بانکی نمی‌تواند جبران تورم موجود درجامعه رابنماید.به این ترتیب برنامه‌های تبلیغاتی جلب درآمدهای اضافی بسوی پس‌اندازمولد دربانکها درچنین شرائطی به سطح مطلوب نمی‌رسد. از سوی دیگربعلت افزایش قیمتها،فشاربرای افزایش دستمزدهافزونی می‌گیرد که نهایتاً دیگر هزینه‌ها رانیر به دنبال خودبالامی‌کشد ودولت راناگزیرمی‌سازدبرنقدینگی جامعه بیفزاید، درحالی‌که درچنین وضعی کاهش نقدینگی می‌تواند چاره‌ساز باشد ونه افزایش آن. اماراه دیگرغلبه برتورم استفاده از اهرم مالی است. به کمک این ابزار،فرضاً باوضع بخشودگیهای مالیاتی انگیزه سرمایه گذاری درتولیدکالاهای موردمصرف مردم راافزایش می‌دهیم تاآنجاکه سودمتصوراز تولید این یاآن کالای مورد نیاز بیشتر از سودی شود که بانک یابازار آزاد به سپرده‌ها وقرضه‌ها می‌دهد. بدیهی است اگر با مشکلات ارزی روبرونبودیم،درکوتاه مدت، افزایش واردات می‌توانست تاحدی تأثیر ضد تورمی داشته باشد وکمبود تولید داخلی و حرص مصرف را تعدیل کند ، لیکن سیاست گرایش به واردات مصرفی نهایتاً مخرب است، مگر آنکه تولیدات داخلی به آن کمیت وکیفیت برسد که از سیاست دروازه‌های بازوحشت نداشته باشد و طبعاً ماتاآن مرحله فاصلهٔ زیادداریم .
ازاین رو هماهنگی سیاستهای مالی وپولی باید بااولویت دادن به تولیدکالاهائی که زودتر به تولید می‌رسد،وبه همین جهت کمتر به گسترش دامنه تورم کمک می‌کند، آغاز شود وطرحهای بلندمدت،که خواه ناخواه تورمزا هستند،باروندی که منجربه تورم مخرب (معمولاً تورم بیش از ۴۰ درصد در سال) نشود،بلکه تاحدامکان به تورم معقول (تورمی بین ۳تا۴ درصد درسال) نزدیک شود،اجرا گردد.بدیهی است اجرای چنین برنامه‌ای بسیار دشواراست لیکن بنابه علت دشواری مسائل از رویاروئی با آنها پرهیز کنیم،بلکه باید باشهامت دست به اقدامات مؤثربزنیم وکار را تا رسیدن به هدف پیگیری نمائیم. وحشت از تورم نباید ماراازمبارزه باآن منصرف کند برعکس باید همواره بخاطر داشته باشیم که رشد وتوسعهٔ واقعی هنگامی معنی ومفهوم پیدامی‌کند که صرفنظر از قیمت پولی کالاهاقدرت خرید افراد افزایش یابد ومردم،دربرابرساعات معین کار، باسبد خرید پربارتری به خانه برگردند. درعین حال عدالت اجتماعی حکم می‌کند که همهٔ مردم - به سهم خود- ازثمرات چنین رشدی که سطح زندگی بهتری را به ارمغان می‌آورد بهره‌مند شوند.

وخاتمه کلام این که نمی‌توانیم هم سیاست انقباضی اعتبارات تولیدی را دنبال کنیم - هم محدودیت واردات را اجرا نمائیم - هم برحجم نقدینگی وپول در گردش و سرعت گردش پول بیفزائیم و درعین حال انتظار داشته باشیم تورم نیزمهار شود. هماهنگی‌های گفته شده باید به عنوان وزنه‌های تعادلی برحسب اهمیت نسبی خود به کار گرفته شوند تا رشد و تعادل اقتصادی همزمان حاصل شود. ▢

آقای مهندس خاموشی در سمینار ملی نقش مالکیت صنعتی در توسعهٔ اقتصادی :

سرمایه گذاری وتشویق مالکیت صنعتی، لازمهٔ رشد و توسعه است

● من این سمینار را یک شروع نوید بخش برای گسترش همکاری اتاق باسازمانهای مسئول حمایت از مالکیت معنوی می‌دانم.

● تجاری شدن ابداعات، به یک تلاش فردی ارزش اجتماعی می‌دهد.

● هراندازه حجم فعالیتهای تولیدی وتجاری فزونی گیرد، نقش مالکیت‌های صنعتی محسوس تر می‌شود.

● اتاق نسبت به ثبت وحمایت قانونی از علائم و نقشه‌های فرش اقدام خواهد نمود.

● ما پشتیبانی خود را از تلاشهائی که برای حمایت از حقوق نرم افزارها بعمل می‌آید، اعلام می‌کنیم

● اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران ازنظر تکیه گاه قانونی مشکل چندانی برای حمایت از مالکیت‌های معنوی ندارد.

● برخی از پیامدهای منفی الحاق به سازمان تجارت جهانی برای کشورهای درحال رشد، دربلندمدت می‌تواند به حل مشکلات آنها کمک کند.

● مارقابت مکارانه وتقلید وجعل علائم واختراعات را از آفت‌های بزرگ اقتصادی وفرهنگی می‌دانیم.



مهندس خاموشی: "اتاق خود رامکلف می‌داند که بنگاههای اقتصادی را به حمایت از مبتکران برانگیزد"

"سمینار ملی نقش مالکیت صنعتی در توسعهٔ اقتصادی" از ۲۰ تا ۲۲ شهریورماه امسال باهمکاری سازمان جهانی مالکیت معنوی WIPO، دفترعمران سازمان ملل، UNDP واداره کل ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی تهران، درمحل اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران باسخنان آقای زواره‌ای معاون قوهٔ قضائیه ورئیس سازمان ثبت اسناد واملاک کشور گشایش یافت وطی چند روز سایرسخنرانان به بیان دیدگاههای خود پیرامون جنبه‌های مختلف مالکیت صنعتی پرداختند.

دراین سمینار آقای مهندس خاموشی رئیس اتاق ایران، سخنان جامعی ایراد کرد که با استقبال حاضران روبرو شد.

متن سخنرانی آقای خاموشی راکه حاوی نکات جالب وتازه‌ای است، در زیر می‌خوانید.

"بسیارخرسندم که فرصت صحبت دراین گردهمائی ارزشمند به اینجانب داده شد تابه‌عنوان رئیس اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران مطالبی رابه حضور گرامی شما عرض نمایم.

تاآنجا که به یاد دارم این نخستین باراست که چنین سمیناری بامضمون نقش مالکیت صنعتی درتوسعه اقتصادی درمحل اتاق ایران برگزار می‌شود. من این موضوع را یک شروع نویدبخش برای تقویت وگسترش همکاری اتاق با سازمانهای مسئول حمایت از مالکیت معنوی ـ که مالکیت صنعتی نیز جزئی از

آن است ـ تلقی می نمایم و آرزومندم بین اتاق، پدیدآورندگان آفرینه‌های فکری، و نهادهای ملی وبین‌المللی پاسداری از حقوق مالکیت معنوی ، پیوندهای محکم‌تری در آتیه بوجود آید.

اساساً نقش وسهم اتاق بازرگانی در حمایت از مالکیت صنعتی، در چارچوب وظایف واهداف اقتصادی‌اتاق قابل طرح است."کمک به فراهم آوردن موجبات رشدوتوسعه اقتصادی کشور "اصلی‌ترین وظیفه‌ای است که قانونگذار برعهده اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران نهاده است. اتاق، درزمینه مسائل اقتصادی کشور اعم از بازرگانی، صنعتی، معدنی ومانند آن به مجلس،قوه قضائیه ودولت نظر مشورتی می‌دهد. اتاق، جایگاه تبادل افکار و بیان‌آراء و عقاید مدیران صنعتی، معدنی، کشاورزی وبازرگانی است وازاین رو در مجموعه تکاپوهاو سیاست‌های اقتصادی کشور دارای حضوری فعال و موثر است . توسعه اقتصادی واجتماعی، که اتاق خود را موظف به ایفای نقش در ارتباط باآن می‌داند، پیوند نزدیکی با جریان آفرینش‌های فکری دارد. اهمیت این پیوند برحضار محترم پوشیده نیست و در سخنرانی‌های پیشین سمینار در کانون بحث وبررسی اهل فن قرار گرفت. لذا، می‌کوشم که دراین زمینه به کوتاهی سخن بگویم.

صنعت وتکنولوژی امروزین، ثمره وتبلور قرنها تجربه ونوآوری بشر است. از اختراع چرخ تاپیچیده‌ترین وظریف‌ترین سیستم‌های کامپیوتری فوق مدرن، ذهن آفرینشگر انسان لحظه‌ای از تکاپوباز نایستاده است. دراین ارتباط ، درنظرگرفتن اجرمادی ومعنوی برای مخترعان ونوآوران وپاسداری از حقوق انحصاری آنان،لازمه تداوم وژرف‌تر شدن فرایند آفرینشگری درجامعه است. تجاری شدن ابداعات، یابه بیان دقیق، عرضه آنها به بازار برای مصرف کلان، امکان اجرنهادن برتلاش نوآوران را میسر می‌سازد و درهمان حال به یک تلاش فردی محدود، ماهیت و ارزش اجتماعی می‌دهد. تجاری نمودن نوآوری‌ها نیازمند سرمایه گذاری است و بنگاههای تولیدی، تجاری و خدماتی از این طریق امکان‌آنرا می‌یابند که با کلان‌کردن مصرف یک نوآوری هم به رشداقتصادی کمک کنند وهم منافع قابل توجهی راازاین راه‌بدست‌آورند. بنابراین‌سرمایه گذاری روی اختراعات ونوآوریها،تشویق و به‌رسمیت شناختن‌مالکیت صنعتی ، و تامین بودجه برای پژوهش و مطالعه دراین زمینه، به نظر اینجانب یکی‌از پیش شرطهای رشد و توسعه است. اقتصادهای پویا و رشد یابنده نمی‌توانند این نکته مهم رانادیده بگیرند و هراندازه حجم فعالیتهای تولیدی وتجاری فزونی گیرد، نقش مالکیت های صنعتی محسوس‌تر می‌شود.

مالکیت صنعتی،یعنی مجموعه‌ای از اختراعات وعلائم بازرگانی وطرحهای صنعتی ونامهای تجاری ، یک رشته ارتباطی بین عرضه‌کننده ومصرف کننده بوجود می‌آورد که در صورت‌بهره‌گیری صحیح وسنجیده به رونق تولید وتحرک بازار مصرف می‌انجامد. درهمینجا لازم می‌دانم به نقش مالکیت صنعتی در گسترش بازرگانی خارجی نیز اشاره کنم. اگرفقط چند مورد از آرمها و مارکهای معروف‌محصولات صنعتی وتجاری را به خاطر بیاوریم، براهمیت وسهم تردید ناپذیر علائم ونامهای تجاری درتسخیر بازارهای مصرف اعتقاد بیشتری پیدا می‌کنیم. اقتصادهای درحال توسعه، نمی‌توانند از این نکته ظریف غافل بمانند و ناچارند با هر چه‌مرغوب‌تر کردن کالاهاوخدمات‌خودتحت علائم ونامهائی که برمی‌گزینند ، جایگاه پایداری درپهنه گسترده بازارهای بین‌المللی بدست آورند.

اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران عملاً براهمیت آنچه عرض کردم واقف است. ما خود رامکلف می‌دانیم که درحدود اختیارات، بنگاههای اقتصادی رابه نوجوئی وحمایت از مبتکران برانگیزیم، از مساعدت فنی و آموزشی وپژوهشی به خواستاران دریغ نورزیم،و نهایتاً به وضع قوانین ومقرراتی که‌ازآفرینه‌های فکری وصنعتی حمایت می کند کمک نمائیم.

فکرحمایت از فرش ایرانی دربازارهای جهانی ازطریق اجباری کردن صدور شناسنامه فرش برای قالی ایرانی از اتاق برخاست وبه اعتقاد ما شناسنامه فرش گونه‌ای علامت جغرافیائی است که مبداء تولید کالا رامشخص می نماید . این نوع علامت در ماده ۵ آئین‌نامه اجرای قانون ثبت علائم تجارتی واختراعات ایران، مصوب سال ۱۳۳۷، پیش بینی شده و برآن هستیم که باانتخاب مارک های متمایز ومشخص برای فرش‌های تولیدی هرمنطقه یانقشه‌های مختلف،نسبت به ثبت وحمایت قانونی از این نوع علائم ونقشه ها نیز اقدام کنیم . اتاق ایران اطمینان داردکه این تلاشها،مالاً به رشد تولید وفروش فرش ایرانی دربازارهای داخلی وخارجی کمک چشمگیری خواهد کرد. البته،همانگونه که بسیاری از حضار محترم آگاهی دارند،طرحها ونقشه‌های کالاهای تولیدی اغلب درمرزبین مالکیت صنعتی وهنری قراردارند، وازنظر حمایت ، تابع مقررات متفاوتی هستند. ایران هنوز به کنوانسیون برن در زمینه کپی رایت نپیوسته است،امابرای حمایت از نقشه فرش یک قانون ملی به نام قانون "حمایت حقوق مولفان ومصدفان وهنرمندان" داریم که حمایت از نقشه قالی وگلیم در آن پیش‌بینی شده است. اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران، باهمفکری تولیدکنندگان وتجارقالی، اجرای کامل قانون را مصرانه پی خواهد گرفت وبه اتکاء آن موضوع حمایت از طرح‌های صنعتی رانیز مورد توجه جدی قرار خواهد داد.مایلم اضافه نمایم که اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران ازنظر تکیه گاه قانونی،مشکل چندانی برای تقویت وگسترش حمایت از مالکیت‌های معنوی ندارد."قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب سال ۱۳۱۰"،"قانون اجازه الحاق دولت ایران به اتحادیه عمومی بین المللی معروف به پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی وتجارتی وکشاورزی"، مصوب سال ۱۳۳۷،"قانون حمایت حقوق مولفان ومصنفان وهنرمندان"مصوب سال ۱۳۴۸ ، و پاره‌ای از قوانین موردی وجزائی، شالوده نسبتاً محکمی را برای پاسداری‌از آفرینش‌های فکری ایجاد کرده است. البته این پرسش پیش می‌آید، که درپرتو تحولات جدید وبویژه تاسیس سازمان تجارت جهانی (WTO) رویکرد ایران بطور عام واتاق بازرگانی وصنایع ومعادن بطور خاص نسبت به همکاریهای بین‌المللی درمورد حمایت از حقوق مالکیت معنوی چه خواهد بود؟باید به استحضار برسانم که جمهوری اسلامی ایران همواره،باحفظ حاکمیت ورعایت منافع ملی خود،مشتاق مشارکت در تلاش‌های اقتصادی جهانی بوده و اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن نیز تشویق وتسهیل حضور درپهنه مراودات و مشارکت‌های تجاری بین‌المللی را از جمله وظایف و هدفهای خود می‌داند.

چالشی که امروز جامعه ما با آن روبروست، پیوستن یانپیوستن به سازمان تجارت جهانی است. بخش قابل توجهی از مفاد سندنهائی دور اروگوئه، که با امضاءآن سازمان تجارت تجاری جهانی پدید آمدبه نحوه حمایت از مالکیت معنوی اختصاص یافته است.قبول مقررات مربوط به مالکیت معنوی سازمان تجارت جهانی، درواقع این نتیجه را درپی‌دارد که اصلی ترین مقررات کنوانسیون پاریس،که ایران هنوز بخشی از اصلاحیه‌های آن را در ارتباط باحق طبع نپذیرفته، خود بخود مورد قبول قرار خواهد گرفت.

اگر هدف اصلی سازمان تجارت جهانی



(گات سابق) راایجاد سهولت وامنیت برای رشد وتوسعه تجاری بین ملت‌ها بدانیم، بدیهی است که اتاق بازرگانی و صنایع ومعادن ایران اصولاً نمی‌تواند با چنین آرمانی موافق نباشد. یکی از پیوست‌های سند دوراروگوئه موافقتنامهٔ راجع به جنبه‌های مرتبط باتجارت حقوق مالکیت معنوی است. دراین موافقتنامه برقراری روابط متقابل میان سازمان تجارت جهانی وسازمان مالکیت معنوی (WIPO) و همینطور سایر سازمانهای بین‌المللی برای همیاری وپشتیبانی ازیکدیگر توصیه شده وتمهیداتی برای تقلیل موانع وتنگناهائی که فراراه حقوق مالکیت معنوی قرار دارد اندیشیده شده است. ما،ضمن اعلام نگرانی از برخی پیامدهای منفی اجرای موافقتنامه برای کشورهای کمتر رشد یافته یادرحال رشد،بطورکلی همانند تدوین‌کنندگان سندنهائی دوراروگونه باورداریم که حمایت از حقوق مالکیت معنوی و اجرای این حقوق به توسعه نوآوریهای فنی وانتقال وگسترش تکنولوژی ونشردانش فنی درپهنه جهان کمک می‌کند ومی‌تواند به رفاه اقتصادی واجتماعی بینجامد. اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران بویژه برحمایت سازمان تجارت جهانی از نرم افزارها و برنامه‌های کامپیوتری صحه می‌گذارد. ماده ۱۰ مقررات عمومی واصول اساسی موافقتنامه مربوط به تجارت حقوق مالکیت معنوی، برنامه‌های کامپیوتری رابه عنوان اثر ادبی مورد حمایت قرار داده است. کنوانسیون‌ها ومقررات موجود،با توجه به حضورشتاب آلوده وغافلگیرکننده کامپیوتر درعرصه زندگی اقتصادی واجتماعی ملت‌ها، در مواردی آنگونه که باید نتوانسته‌اند حمایت همه‌جانبه‌ای ازنرم افزارهاوکامپیوتری اراده دهند. مامعتقدیم،تولیدبرنامه‌هاو نرم‌افزارهای کامپیوتری نه تنها به بیشترین بهره‌گیری از ذهن واستعداد آدمیان می‌انجامد وظرفیت هوشی انسانها را بالا می‌برد، بلکه دررشد وتوسعه وتنوع تولید وتسهیل توزیع و خدمات تجارت وارتقاء دانش بنحوافزایش یابنده‌ای موثراست ومی‌تواند رقم مهمی از درآمد صادرات خدمات فنی کشورها- بویژه کشورهای درحال رشد -را تشکیل بدهد. از همین‌رو، در ایران تلاش‌های قانونی و قضایی چشمگیری‌برای پاسداری ازحقوق نرم افزارها وبرنامه‌های ابتکاری کامپیوتری صورت گرفته است. مادراینجا حمایت خود را از این تلاش‌ها اعلام می‌کنیم و از آنجا که تکثیر غیرمجاز محصولات نرم‌افزاری رایکی ار عوامل دلسردی پدیدآورندگان می‌دانیم، مساعی خود را درهمکاری باسازمانهای ذیربط برای تدوین قانون خاصی که با صراحت نرم‌افزارهای‌کامپیوتری رامورد حمایت قراردهد بکارخواهیم بست. معهذا، چنانچه جمهوری اسلامی ایران به سازمان تجارت جهانی ملحق شود، خودبخود زمینه حمایت قانونی همه جانبه‌تری دراین زمینه وسایرزمینه‌ها فراهم خواهد آمد.

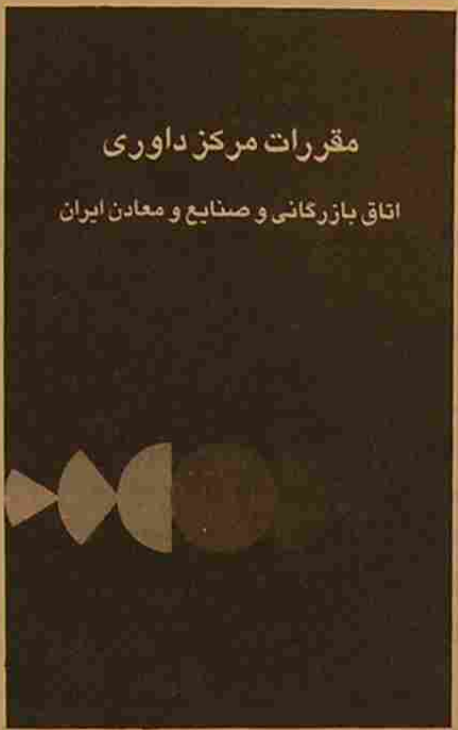
البته، همانگونه که به‌عرض رساندم، پیوستن به سازمان تجارت جهانی برای برخورداری‌ازحمایت‌وسیع‌ترمالکیت‌های معنوی ، دلواپسی‌هائی را نیز درپی‌دارد. برپایه موافقتنامه مربوط به تجارت حقوق مالکیت معنوی درسند نهائی دور اروگوئه، هرعضودرمورد اتباع اعضاء دیگر رفتاری رااتخاذ خواهد کرد که از رفتار متخذه درقبال اتباعش در خصوص مالکیت معنوی ، با رعایت استثنائات‌پیش‌بینی شده‌درکنوانسیون‌های پاریس (۱۹۶۷)، کنوانسیون‌برن (۱۹۷۱) و کنوانسیون رم نامطلوبتر نباشد. این بدان معناست که قوانین حمایتی ملی، باید خود را با اصول موافقتنامه هماهنگ‌نماید.هرچند که موافقتنامه برای پیوستن کشورهای دارای کمترین میزان توسعه یافتگی مهلت ده ساله‌ای را درنظر گرفته است تا دراین مدت بتوانند محدودیتهای اقتصادی،مالی واداری خود را از میان بردارند، معهذا ما معتقدیم که درمورد کشورهای کم توسعه یافته یادرحال توسعه،باید انعطاف و احساس همکاری بیشتری از سوی کشورهای پیشرفته نشان داده شود وامتیازات محسوس‌تری دراختیار اینگونه کشورها قرار گیرد تاآثار منفی پیوستن به سازمان تجارت جهانی کمتر به آنان صدمه بزند درغیراینصورت احساس تنها ماندگی وبیم‌ازتهاجم، نیروهای معتقد به حمایت افراطی‌ازصنایع داخلی‌ودرونگرائی رادرسطوح اقتصادی وسیاسی این کشورها تقویت می‌نماید و مشارکت بین‌المللی دچار خلل می‌شود.

ازدیدگاه فرهنگی، البته جای امیدواری است که همانند مقررات داخلی ایران ومفاد کنوانسیون پاریس، موافقتنامه مربوط به تجارت‌حقوق مالکیت معنوی، ثبت وحمایت از مالکیت‌های صنعتی مغایر نظم عمومی و اخلاق را مستثنی کرده است .این نکته بویژه درجامعه فعلی ایران، که برپایه اصول وآرمانهای والای اسلام سیاستهای اقتصادی واجتماعی وسیاسی خودراپی‌ریخته است، از اهمیت افزون‌تری برخوردار است.البته ما فریب‌دادن مشتری رانیز در زمره پایمالی اصول اخلاقی تجارت ومغایر نظم عمومی بشمار می‌آوریم و هرگونه علامت‌واختراع وطرحی راکه مصرف‌کننده عادی را به اشتباه بیندازد واوراگمراه‌کند،حرکتی منفی می‌دانیم که قابل حمایت نیست. در همین راستا، رقابت نامشروع ومکارانه وتقلید وجعل‌علائم واختراعات و طرح‌های صنعتی راازجمله آفت‌های بزرگ اقتصادی و فرهنگی می‌دانیم وجای خوشحالی است که هم قوانین مدنی

وکیفری ملی ما،هم مفاد کنوانسیون پاریس وهم مقررات سازمان تجارت جهانی این نوع کجروی‌ها را روا نمی‌دارد.

در پایان اجازه می‌خواهم،با خوشبینی براین نکته تاکید کنم که برخی پیامدهای منفی الحاق به سازمان تجارت جهانی برای کشورهای درحال رشد، دربلندمدت می تواندموجب تغییراساسی در جهت‌گیری اقتصادی آنها بشود وبه حل مشکل کمک کند. این کشورها چاره‌ای جز این ندارند که درتمامی عرصه های تولیدی، صنعتی و فرهنگی و ارائه خدمات، ازحالت واردکننده به جایگاه صادرکننده نیز تغییر جهت دهندوبااشاعه صادرات کالا و خدمات وسرمایه گذاریهای مشترک در خارج از مرزهای ملی، تراز بازرگانی خود رامثبت کنند وبه کسب درآمد ارزی بپردازند. دراین صورت است که زیانهای پیروی از مقررات مالکیت معنوی سازمان تجارت‌جهانی، بشدت کاهش می یابد و کشورهای رشد یابنده فرصت آن را می‌یابند که در بازار وسیع جهانی از منافع ومزایای مالکیت صنعتی و آفرینه‌های فکری و ذوقی خود برخوردار شوند. جای تردید نیست که اتاقهای بازرگانی وصنایع ومعادن می توانند باهمکاری سازمانهائی نظیر سازمان جهانی حمایت از مالکیتهای معنوی (WIPO) ، دفتر عمران ملل متحد(UNDP) ، و دیگر ارگانها و نهادهای داخلی و فراملی، درنیل به این هدف، نقش موثر وارزنده‌ای داشته باشند.

انتشار مقررات مرکز داوری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران



مرکزتنظیم قراردادها ،سازش وداوری اتاق بازرگانی‌وصنایع‌ومعادن ایران ،مقررات‌رسیدگی‌داوری‌خود درزمینه‌اختلافات‌تجاری رامنتشر کرده است .
این مقررات که‌بصورت یک‌کتابچه‌به زبان‌های‌فارسی‌وانگلیسی‌تهیه شده ،دراختیارطرفین‌اختلاف‌قرارمی‌گیرد ورسیدگی‌مطابق تشریفات وموازین‌مندرج‌درآن صورت می‌پذیرد .
اختلافات‌بازرگانی ،اعم‌ازداخلی‌وبین‌المللی ،قابل‌ارجاع به مرکز داوری اتاق ،است‌ورای‌صادره‌درچارچوب‌مفاد‌قانون‌آئین‌دادرسی مدنی‌ایران‌قابل‌اجراء خواهد‌بود .
کتابچه‌مقررات‌مرکزداوری‌اتاق‌بازرگانی‌وصنایع‌ومعادن‌ایران شامل عناوین‌زیراست :
مقدمه ،تعاریف ،حدودکاربرد ،دفتر ،سرپرست ،دریافت‌مراسلات کتبی ،انصراف‌ازحق‌ایراد ،آغازداوری ،نمایندگی‌ومعاونت ،بررسی "مرکزداوری‌اتاق" ،تاریخ‌شروع‌رسیدگی ،تعداد‌داوران‌وانتخاب‌آنها، استقلال‌وبی‌طرفی ،شرایط ضروری‌داوران ،شرح‌حال ،روش انتخاب، جانشینی ،دلائل‌اعتراض (جرح‌داور) ،نحوه اعتراض ،مقرداوری ، زبان ،روش داوری ،تعیین‌تشریفات‌رسیدگی ،جلسه مقدماتی‌داوری ، صلاحیت‌رسیدگی ،مبادله‌ادعانامه‌ودفاعیه ،اصلاح‌یاتشکیل ادعا ، ارائه اسناد ،واقعیات‌موردتوافق ،اقدامات‌موقت‌تامینی ،جلسه رسیدگی‌داوری ،دلایل ،تحقیق‌ازطرفین ،گواهان ،کارشناسان ،قصور هریک‌ازطرفین ،قانون‌قابل‌اجرا ،اخذ تصمیم‌توسط هیات داوران ، اختیارات‌کلی‌دیوان‌داوری ،سازش ،ختم‌رسیدگی ،شکل‌واثراجرائی رای ،تفسیررای ،اصلاح‌رای ،موارد‌عدم‌شناسای‌یاعدم اجرا ،هزینه‌ها، هزینه‌های‌اداری "مرکزداوری‌اتاق" دستمرددیوان‌داوری ،حق‌الزحمه مقام‌منصوب کننده ،پرداخت‌کننده هزینه‌ها ،توديع هزینه‌ها ، پرداخت‌ازسپرده ها

اطلاعیه

انتشار کتاب راهنمای اعضای اتاق اسلامی

(کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی)

کتاب راهنمای اعضای اتاق اسلامی که به زبان انگلیسی توسط اتاق اسلامی منتشر شده‌است به تعداد محدود موجود است.

علاقمندان میتوانند برای خرید آن با واریز مبلغ ۶۰۰۰۰ ریال به حساب جاری ۷۷۷/۸ بانک ملت شعبه شرکت نفت به نام اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به واحد روابط عمومی - قسمت توزیع نشریات، طبقه پنجم ساختمان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران واقع در خیابان طالقانی شماره ۲۵۴ - تهران مراجعه و با ارائه برگ واریز بانکی کتاب را دریافت نمایند.

روابط عمومی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

نایب رئیس اتاق در کنفرانس خشکبار توکیو:

کمیت وکیفیت پسته ایران در ۱۷ سال اخیر توسعه وبهبود یافته است

- **در دهسال آینده تولید پسته جهان به ۵۰۰ هزار تن میرسد.**
- **ظرفیت نهائی مصرف پسته تا ۴ میلیون تن در سال است.**
- **ایران خوشمزه‌ترین پسته دنیا را تولید میکند**

ماه گذشته آقای اسدالله عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران در کنفرانس خشکبار که از طرف مرکز توسعهٔ صادرات ژاپن(جترو) در توکیو تشکیل شده بود،به ژاپن عزیمت کردند. ایشان در این کنفرانس سخنرانی جامعی در مورد خشکبار ایران ایراد کردند. از آنجا که خشکبار دومین رقم عمدهٔ صادرات غیرنفتی کشور را(پس از فرش دستباف) تشکیل میدهد درزیر گزیدهٔ سخنان ایشان در کنفرانس مذکور درج میشود:

بسم الله الرحمن الرحیم - بنام خداوند بخشنده مهربان

از برگزارکنندگان این اجلاس باارزش تشکر وقدردانی مینمایم وامیدوارم حاصل این اجلاس برای کشورهای ذینفع ازهرجهت سودمند وحافظ منافع آنها باشد.

من حامل پیام دوستی و صمیمانه جناب آقای یحیی آل اسحاق وزیر بازرگانی جمهوری اسلامی ایران وجناب آقای مهندس خاموشی رئیس اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن به این اجلاس بوده وهردوشخصیت بزرگ اقتصادی ایران آرزوی توفیق این کنفرانس را دارند.

صحبت امروز ما میوه مطلوب ودوست داشتنی پسته است. همگی میدانیم پسته از گروه نات بوده ودرمیان همه اقلام خشکبار، بدرستی سلطان نات شناخته شده است.

نگاهی گذرا بتاریخ اولیه تمدن انسان‌ها خاصه درآسیای غربی، خاورمیانه وایران باستان نشان میدهد که نام پسته ومبادله آن بین اشراف از دوران بسیار قدیم بعنوان یک هدیه باارزش دیده میشود. امپراطور و سلاطین چهارالی پنجهزار سال قبل جزو هدایای خود به روسای کشورهای دیگر این میوه با ارزش را قرار میدادند. در برخی مدارک قدیمی‌تر تا حدود ۷۰۰۰ سال قبل آثارپسته دیده میشود که احتمالاً قدیمی‌ترین میوه جهان محسوب میشود. مراکز تولید آن دردنیای بسیار قدیم درایران آن زمان خاصه خراسان، سیستان، آذربایجان و ترکمنستان و افغانستان فعلی بوده است.

اگر دقت کنیم که چرا پسته را سلطان خشکبار مینامند ملاحظه میشود خاصیت غذایی،خوشمزگی، هضم راحت وکالری بالای آن، در مقایسه با بسیاری از میوه‌های همطراز خود در جهان دارد.

درمقایسه آماری مشاهده میکنید که پسته از اکثر میوه‌ها با ارزش‌تر است.

اقلام	کالری	پروتئین	چربی	موادقندی	کلسیم(میلی‌گرم)	آهن
پسته	۶۳۰	۲۰	۵۳	۱۵	۱۴۰	۱۲
بادام	۵۶۹	۱۹	۵۴	۱۷	۲۵۴	۵
بادام‌زمینی	۵۷۳	۲۵	۴۴	۱۸	۶۶	۳
فندق	۵۸۲	۲۳	۵۱	۶۱	-	-
گردو	۶۹۴	۱۵	۶۴	۱۴	۸۳	۲
تخم‌هندوانه	۵۷۸	۳۲	۴۵	۹	۵۰	۸

بعلاوه انواع ویتامینهای ب ۱ ب ۲ پ پ و ویتامینهای A درپسته فراوان دیده میشود. شاید ضرب المثل معروف که می‌گویداگر شروع بخوردن پسته کنیم هرگز نمیتوانیم آنرا قطع کنیم به همین دلائل باشد.

امروز کشورهای مختلفی درجهان پسته را تولیدمیکنند که از میان آنها هفت کشورجنبه تجاری داشته وبقیه بمیزان بسیار جزئی تولید میکنند.

این هفت کشوربه ترتیب تولیدعمده وبالاتر عبارتنداز ایران - ایالات متحده - ترکیه - یونان - ایتالیا - افغانستان وسوریه. مجموع تولید ۷ کشورفوق درسال ۱۹۹۵ حدود سیصد هزارتن پیش‌بینی

میشود. ۵۰ ٪کل محصول پسته جهان درایران وحدود۲۵ ٪ درایالات متحده میباشد و پیش‌بینی‌ها با توجه به برنامه‌ریزی‌ها نشان میدهد در دهسال آینده ممکن است مجموع تولید جهان به مرز ۵۰۰/۰۰۰ تن نزدیک شود. افزایش تولید نباید موجب نگرانی باشد جمعیت جهان حدود ۵ میلیاردنفر است اگر تولیدکنندگان وصادرکنندگان خشکبار خاصه پسته بتوانند مردم دنیا را راضی کنند روزانه هرنفر فقط ۲گرم خشکبار از جمله پسته رامصرف کنند هرسال هرنفر ۷۳۰گرم وجمعاً معادل چهار میلیون تن مورد نیاز خواهد بود.

تا سال ۱۹۰۰ میلادی یعنی حدود ۹۵ سال قبل،پسته در کشورهای تولیدکننده جنبه مصرف داخلی داشته و۹۰٪ تولید آن زمان فقط درایران بوده است واکثر کشورهای نامبرده بالا اصولاً کشت پسته نداشته‌اند ولی از اوایل قرن بیستم تدریجا جنبه تجاری یافته وسپس صادراتی شده است. میزان صادرات تا قبل از جنگ جهانی دوم سالانه حدود یک هزارتن تا ۲۰۰۰ تن و به کشورهای همجوار ایران وپاره‌ای اوقات به اروپا بوده ولی از بعداز سال ۱۹۴۸ تدریجااروپای غربی وآمریکا بعنوان بزرگترین خریدار پسته تامرز سالانه ۱۰۰۰۰ تن بوده اند. میزان تولید تاسال ۱۹۵۷ یعنی قبل از انقلاب اسلامی در حدود ۱۲۰۰۰ تن بوده وپس ازانقلاب اسلامی تدریجاباکشت باغات جدید همه ساله افزایش قابل ملاحظه‌ای یافته ودرسال ۱۹۹۴ محصول تا میزان ۱۱۰۰۰۰ تن افزایش یافته است واحتمالا در سال مسیحی جاری بمیزان ۱۴۰۰۰۰ تن محصول خواهیم داشت که حدود۱۵٪ آن مصرف داخل کشورو۸۰٪ برای صادرات و ۵۰٪ بصورت انبارشده برای آغاز فصل بعد پیش‌بینی داریم.

سطح زیرکشت درحال حاضر در ایران ۲۷۰۰۰۰ هکتار است که ۶۰۰۰۰ هکتار آن باغات جدید است و تاسال ۱۹۹۸ یا ۲۰۰۰، به محصول خواهد نشست و ایجاد باغهای جدید از حال بعد موکول به تامین آب است.

بازارهای مصرف پسته خاصه پسته محصول ایران در اکثر نقاط جهان بوده وبطورتقریبی میتوان بصورت زیر تقسیم قاره‌ای وتاحدودی هم کشوری داشته باشیم.

ازکل محصول صادراتی پس ازکسر مصرف داخلی حدود ۵۰٪ به قاره اروپا- ۲۰٪ خاورمیانه وکشورهای عربی - ۲۰٪ خاوردور و استرالیاو ۱۰٪ قاره آمریکا وبعضی کشورهای آفریقا صادر میشود.

ازمیان کشورهای اروپایی آلمان در درجه اول وسپس ایتالیا،فرانسه، اسپانیا، انگلستان، اطریش و کشورهای اسکاندیناوی واخیراهم یونان وکشورهای اروپای شرقی درصف خریداران ماقرار دارند.

درآسیاژاپن، تایوان،مالزی، سنگاپور، استرالیاخریداران بزرگ آسیایی واقیانوسیه هستند.

درقاره آمریکا درحال حاضر کانادا، مکزیک خریدار پسته مابوده ودر خاورمیانه تقریبا همه کشورهای عربی وکشورهای آسیای میانه نیز اخیرا خرید پسته دارند واکثراً خریدار پسته ایران هستند که آنرا خوشمزه‌تراز محصول دیگر کشورها می‌دانند.

پسته ایران دارای انواع مختلف وبیش از۲۰ نوع است که معروفترین آنها تحت نام‌های فندقی،بادامی،کله‌قوچی،اکبری، احمدآقائی، شستی وممتاز گروه‌بندی میشود وبراساس استاندارد اندازه‌های مختلف در گونی کنفی یا کارتن بصورت خام . برای صدور آماده میشودبوداده آن درکارتن ویاسلفن بسته‌بندی میگردد.

استاندارد اندازه براساس دانه در اونس به‌ترتیب ۱۶/۱۸-۱۸/۲۰-۲۰/۲۲-۲۲/۲۴-۲۴/۲۶-۲۶/۲۸-۲۸/۳۰-۳۰/۳۲-۳۲/۳۴ است. یعنی درشت‌ترین پسته هر۱۶ تا۱۸ دانه آن یک اونس وزن داشته وریزترین آن ۳۲ تا۳۴ دانه آن یک اونس می‌باشد.

راجع به قیمت پسته بحثی نکرده‌ام وقصدهم ندارم بحث هم ندارم وارد این بحث شوم ولی میتوان گفت قیمت فعلی پسته در جهان بسیار ارزان است. درکشورمن پسته بنام طلای سبز هم نامیده میشود واعتقاد دارم چنانچه سه چهار کشور تولیدکننده بزرگ جهان پسته بایکدیگر مشورت‌های لازم را داشته باشند،پسته قیمت واقعی خود رابه دست می‌آوردکه این امر به افزایش حجم تولید وبهبود وضع کشاورزان پسته کمک می‌کند. درکشورماایران علاوه از برنامه‌ریزی کمی برای افزایش محصول که تاچندسال آینده از مرز دویست هزارتن خواهد گذشت، برنامه‌ریزی وسیع بهبود کیفی هم مطرح ودرحال انجام است. برداشت وجمع‌آوری پسته تدریجا از حالت سنتی سابق خارج شده وبه روشهای جدید منطبق بااصول علمی انجام می‌گیرد . درجه‌بندی‌ها با ماشین‌های جدید و به کمک کارگران ومتخصصان، بسیار بهتراز گذشته انجام میشود و بسته‌بندی‌ها در گونی‌های نو با وزن بین ۲۰ الی ۶۰کیلو وبعضا در کارتن انجام میگیرد.

ازنظرانبارهم وضعیت با گذشته تفاوت کلی یافته و اکثرانبارها مدرن وبدون رطوبت باکف بتونی یا آسفالت و پالت‌دار بوده ورویهم قدر این کالای باارزش شناخته شده است. دولت جمهوری اسلامی ایران در سالهای اخیر به کمک صادرکنندگان شناخته و با برقراری کنترل‌های کیفی ازقبیل دقت در اندازه‌گیری و دقت درکیفیت و آزمایش‌های افلوتوکسین و دیگر آفات، فقط به محصولات سالم اجازه صدور می‌دهد. طبق مقررات استاندارد، هرنوع پسته صادراتی بایست عاری از هرگونه آفت و عاری ازتوکسین‌های مضر نظیر آفلاتوکسین باشد. مقررات استاندار مذکور اجباری بوده وصادرات ایران راازنظرکیفی بسطح قابل قبول جهانی رسانده است. این استانداردادامه داشته ودایره تحقیقات مرکز توسعه صادرات ایران وموسسه استاندارد ایران مرتباً و بصورت مداوم مسائل کمی -کیفی را مورد بررسی دارد و در بالابردن محصول کوشش میشود.

نشان بارز بهبودکیفیت پسته ایران طی ۱۵ سال اخیر افزایش صادرات آن در۱۷ سال اخیر میباشد.

درآخرین‌قسمت ازعرایض خود نکته مهم وتوصیه‌ای به همه مصرفکنندگان خاصه بانوان خانه‌دار دارم که دربرنامه غذایی روزانه خود حداقل ۲۰گرم پسته برای هرفرد خانواده قراردهند.

از اینکه حوصله کردید وبه سخنان من گوش دادید از شما متشکر ودرخاتمه ازسازمان JAPAN EXTERANAL TRADE ORGANIZATION (جترو) بخاطر میزبانی این اجلاس باارزش وپذیرائی گرم وعالی آنها درشهرزیبا وبزرگ توکیو صمیمانه تشکر وقدردانی نموده وامیدوارم روزی فرصت دست دهد تا ازهمه اعضاوشرکت‌کنندگان ومیزبانان این اجلاس درایران استقبال وپذیرائی نمائیم.آمارهای صادرات ازسال ۱۹۰۰ میلادی الی ۱۹۹۴ بتفصیل وتفکیک به ضمیمه تقدیم میشود.

□

تجلی بهشت موعود در فرش ایران

از: فضل الله حشمتی رضوی

انچه در زیر میخوانید خلاصه‌ای از سخنرانی آقای فضل‌الله حشمتی رضوی در چهارمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران است که در هنگام برپائی نمایشگاه بین‌المللی فرش در سال جاری، در مرکز توسعه صادرات برگزار شد :

طراحان نقوش قالی ایران که تصویر باغهای بهشتی را در نقشه‌های فرش با ذهن کنجکاو خود براساس باورهای ملی ومذهبی طراحی کرده‌اند همه چیز طبیعت رابراساس آنچه باید باشد پنداشته وبه تصویر کشیده‌اند. این طرحها که نمایانگر گل وگیاه،سبزه، درخت،جوی آب است یک نوع هماهنگی دلپذیری را به وجود آورده که درچشم خوش‌آمیز است و در دل نشستنی. این طرحها که معروف به "باغ" یا"باغی" هستند نمادی از "بهشت موعود" را مجسم می‌کنند که درمیان گل وگیاه و نهرآب و سبزه ، پرندگان و دیگر حیوانات بهشتی نشانی از ملائک راتجسم می‌بخشند. واین موضوع ، بطلان نظر برخی از محققان غربی(چون سیسیل ادوارز قالی‌شناس مشهور انگلیسی و مؤلف کتاب قالی ایران) را ثابت می‌کند که نقشهای ایران را دارای پیام ومفهوم خاص و نمادین نمی‌دانند.

درهنر طراحی فرش ایران، نقشها ساده وخلاصه شده هستند.همه آنها و نگاره‌ها میل به ساده‌شدن دارند، می‌خواهند لپ مطلب را بیان کنند. می‌خواهند عصاره معنی را بیان نمایند به عبارتی می‌توان گفت، نقوش فرش ایران، نقاشی پیام ونقاشی بیان است که گاه مستقیماً جلوه‌گری می‌کند وگاهی با رمز و استعاره وپوشیدگی رازگونه.

درادب فارسی:ماه مظهر روی زیبا، نرگس نماینده چشم، بنفشه مظهر زلف ، باران نشانی از اشک،گیسو حکایتی از آبشار،شب نشانی ازگرفتگی، بهارتأکیدی برباروی وشادابی وازهمین قسم خصوصیات وحالات عدیده دیگر. در قالی‌باقی هم "ترنج مرکزی" درمعنای خورشید جهانتاب و متجلی انوار ذات باریتعالی،"بته" نمادی از درخت سرو،"نظم وتقارن شاخه‌ها واسلیمی‌ها" که ترنج مرکزی را دور می‌زنند نشانی از نظم طبیعت واکنون "باغ" بویژه بااوصاف خاص ظاهری آن،به نحوی که تصویر لفظی وکلامی آن در قرآن کریم ونهج‌البلاغه وبعداز آن در احادیث وروایات اسلامی وسپس در دیوانهای شعرای متقدم ومتأخر ایران به‌طورمحسوس چشمگیر است،نماد بارزی از"بهشت موعود" است. واین آزادی درطراحی به هیچ وجه تصادفی واتفاق نیست همه نشأت گرفته از باورهای مذهبی،عاطفی و ملی و درکل باخلقیات ما رابطه دارد.

فضایی که دراین نقشه‌های معروف به "باغی" ایجاد شده یک فضای قدسی و تصویری وانعکاسی از باغ بهشت است باغ بهشت،باغ جاویدان همه انسانهای خوب تاریخ است.

اصولاً "باغی "، دراصطلاح فرشبافی ایران، طرحی است که در آن نقش خیالی و نمادین بهار وبهشت به صورت باغی با صفا وپرگل وگیاه ، با پرندگان خوش نقش ونگار وجانوران بالدار و شگفت آفرینش کشیده می‌شود . این نقش را می‌توان بازتابی از اشتیاق وگرایش به گل و سبزه و گیاه در هوای گرم وخشک فلات ایران نیز تلقی‌کرد.قالی تاریخی ومشهور بهارستان یا بهارخسرو ، چنانکه از نامش برمی‌آید، همین نقش را داشته وگواه خوبی برقدمت این طرح است . درتاریخ طبری، درفصل گشایش مداین،درباره این فرش آمده است: "اندرخزینه فرشی بود یک بساط ، سیصد رش بالا اندرشصت رش پهنا،وآن رافرش زمستانی خواندندی وملکان عجم آن را اندرزمستان بازکردندی و بروی نشستندی بدان وقت که اندرجهان سبزی وشکوفه نماندی ... چنانکه چون بنگریستندی پنداشتندی که مبقله [سبزه‌زار]است یا کشتزاری واندرآن همهٔ گوهرها اندرنشانده به رنگ [هرچه] اندرهمهٔ جهان اسپرغم است وشکوفه " (بلعمی،ج ۱،ص ۴۶۶:---> طبری سلسلهٔ اول، ص ۲۴۵۲).شاید "غالی وپرنون " یا"قالی پرنون" دریکی از ابیات منسوب به رودکی (دهخدا،ذیل "پرتون") نیز اشاره‌ای به همین طرح باشد.

طرح باغی در دورهٔ صفویه رواج خاص یافت. امروزه از قالیهای موجود بااین طرح،تعداد کمی به قرن یازدهم(یااندکی پیش از آن) وبقیه به قرن دوازدهم واوایل قرن سیزدهم تعلق دارند. این قالیها شهرت جهانی دارند ودرموزه‌های مختلف جهان چون ویکتوریا و آلبرت درلندن ، هنرهای زیبا در وین، پنسیلوانیای امریکا،جیپور هند، کراکوی لهستان، هنرهای تزئینی در پاریس، ملی ایران وفرش ایران درتهران،آستان قدس رضوی در مشهد ومجموعه‌های خصوصی نگهداری می‌شوند.

دراکثر طرحهای باغی دو محور اصلی به صورت دوجوی‌آب،دربرخورد باهم زمینهٔ قالی را چهاربخش کرده است، که خود طرحی کهن و اساس هندسی طرح‌ریزی باغهای ایرانی است و از اندیشه‌های قدیم مردم آسیاسرچشمه گرفته است. براساس این اندیشه، عالم وجود به چهاربخش تقسیم می‌شدوچهار رودخانهٔ بزرگ آنها را از هم جدا می‌کرده است.

درقالی‌باغی موجود درموزهٔ پنسیلوانیا، قسمتهای چهارگانهٔ باغ بانهر از هم جدا شده ودرهرقسمت، نقشهایی از درخت وگل دیده می‌شود. نمونهٔ موجود در موزهٔ جیپورهند دراوایل قرن یازدهم یااندکی پیش از آن، درحومهٔ اصفهان بافته شده وملهم از باغهای زمان شاه‌عباس است. این قالی زربفت، که از آن مقبرهٔ شیخ صفی‌الدین اردبیلی بوده وبه عنوان تحفه‌ای نفیس به کاخ عنبر مهاراجهٔ جیپور آورده شده است، دارای نقش گلهای رنگین، نهرهایی با ماهیان شناور و پرندگانی نشسته برشاخ درختان یادرحال پرواز است (ویلبر، ص ۴۰ -۴۲) ودر حاشیهٔ آن کتیبه‌ای بامطلع غزلی از حافظ: "می خواه وگل افشان کن از دهر چه می‌جویی"، بافته شده است. قالی موجود در موزهٔ هنرهای تزئینی پاریس نیمهٔ فرشی است دارای طرح باغ وترنج ونقشهای ریز ترازمعمول ونیمهٔ دیگر آن در کلیسای کراکوی لهستان نگهداری می‌شود(ویلسن،ص ۱۹۰-۱۹۱)رنگ زمینهٔ آن نخودی ونقش آن ترنجی بادوکلاله درهر دوسو وباغی پرگل و پرنده ودرخت وحیوان است باحاشیه‌ای ارغوانی وبه اندازهٔ ۴/۱۰×۲/۳۵ متر. فرش باغی روستایی موجود در موزهٔ وین شاید قدیمیترین قالی بانقش باغ باشد که به نظرپوپ، محل بافت آن هریس درشمال غربی ایران بوده است. نهرهای پرازماهی آن رابه شش بخش تقسیم کرده است. درمحوطه‌های بزرگترباردکهادرکمین ماهیهاهستندوهربخش دارای ترنجی است که بااشکال پرنده، آهو ودرختهای گلدار زنیت یافته است.

دوقالی موجود درموزهٔ ملی ایران یکی بازمینهٔ فیروزه‌ای مایل به سبز ونقش درختان سرووبوته‌های گل، ازمجموع قالیهای متعلق به مقبرهٔ شاه‌عباس وکار استاد نعمت‌الله جوشقانی است که نامش دربافت قالی آمده است ودیگری ازمقبرهٔ شیخ صفی‌الدین اردبیلی ابریشمی بازمینهٔ نخودی روشن وبه اندازهٔ ۱/۶۲×۲/۲۷ متر است.

امروزه بافت قالی بانقش باغی ازرواج افتاده ونمونه‌های قدیم آن کمیاب شده است.

نقشه "باغهای بهشتی" اعم از این که روی فرش تصویر شده باشد یاروی تابلو،نشأت گرفته ازیک نوع ذهنیت گرایی خاص هنرمند ایرانی است که روشن است خالی از رمز و راز واشاره ونمادگرایی نیست.به یقین اگر پژوهشگران غربی ازاین نوع طرحهای تمثیلی کمتر مطلبی به ذهن خود راه می‌دهند ولی به‌شبهه منکر زیبایی دلپذیر آنها نیستند و روشن است که این نقوش مربوط به یک فرد،گروه یاملت خاصی نیست،مربوط به بشریت است زیرازاده اولادآدم است وماهمه اولاد آدمیم واین اشارتها وبشارتها به قول مولانا از "بهشت" می‌شنویم واگر در آن حالات شهودی خودمان آنها را منعکس بکنیم مربوط به یک سرزمین خاص نمی‌شود.

فرش ایرانی، فرشی است جهانی وبهشتی . نقاش قالی ایران می‌داند آنچه در درون او می‌گذرد بازتابی بیرونی دارد. خاستگاه هنرقالی ایران وصال عشق است و پیوند با "مطلق" وطرح "بهشت" تجسم وبازتاب همهٔ این سیر وسلوکهاست.

منابع:

- تاریخ‌نامه طبری،محمدبن محمد بلعمی،چاپ محمد روشن،تهران ۱۳۶۶
- تاریخ الرسل والملوک،محمدبن جریرطبری،چاپ دخویه،لیدن ۱۸۷۹، و ۱۸۹۶
- هنر اسلامی،ارنست کوئل، ترجمه هوشنگ طاهری، تهران ۱۳۵۵
- باغهای ایران وکوشکهای آن، دونالدنیوتن ویلبر،ترجمه مهین‌دخت صبا،تهران ۱۳۴۸
- تاریخ صنایع ایران،ج کریستی ویلسون،ترجمه عبداله فریار،تهران ۱۳۶۶
- سخن دوره دهم، ش ۴ ،قالیبافی در ایران، علیرضا حیدری ، تیر۱۳۳۸
- لغت‌نامه ، علی‌اکبردهخدا،۱۳۲۵،۱۳۴۶
- دایره المعارف فارسی ، غلامحسین مصاحب ، جلداول ،مدخل بهشت
- فرشنامه ایران ، دکتر حسن آذرپاد، فضل‌اله حشمتی رضوی،پژوهشگاه علوم انسانی و تحقیقات فرهنگی ،۱۳۷۲

اطلاعیه

انتشار فصلنامه

IRAN COMMERCE

IRAN CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRIES AND MINES QUARTERLY MAGAZINE

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

در پاسخ به نیاز روز افزون بازرگانان و صاحبان صنایع خارجی که علاقمند به دادوستد و همکاری با ایران هستند و شروع یا گسترش همکاری خود با طرفهای ایرانی را در گرو دستیابی به اطلاعات و دیدگاههای روشنگرانه‌ای می‌دانند که توسط یک مرجع قابل اعتماد فراهم آمده‌باشد و نیز به منظور آگاهی دادن به تولیدکنندگان و بازرگانان ایرانی برای بازاریابی یا تقویت توان صادراتی خود در آنسوی مرزها، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، انتشار فصلنامه‌ای به زبان انگلیسی را آغاز کرد که نخستین شماره آن با مطالب سودمند و طراحی و چاپ قابل پسند، در بهار سال ۱۳۷۲ انتشار یافت.

مطالب فصلنامه بازرگانی ایران کامرس (IRAN COMMERCE) طیف متنوعی از خبر، تفسیر، مطالعات پژوهشی و اطلاعات سودمند برای علاقمندان را دربرمی‌گیرد و از این طریق به بسیاری از پرسش‌های مربوط به وضع اقتصادی و بازرگانی ایران و امکانات همکاریهای بازرگانی و اقتصادی پاسخ می‌دهد. این نشریه در میان افراد و موسساتی که به گونه‌ای با بازرگانی و اقتصاد ایران سروکار دارند در سطحی گسترده در داخل و خارج از کشور توزیع شده و میشود، مسلماً جایگاه و وسیله مناسبی برای رساندن پیام‌های بازرگانی و اقتصادی اعضای اتاق به طرفهای خارجی به شمار میرود.

از اینرو از اعضای اتاق دعوت می‌شود برای اعلام نقطه نظرها و چاپ آگهی‌های خود با روابط عمومی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، همکاری فرمائید. روابط عمومی اتاق آماده است در اولین فرصت، برای تشریح نکات مورد نظرتان با شما همکاری برقرار نماید. لطفاً تمایل خود را برای برقراری تماس با تلفنهای شماره ۸۳۸۳۳۳ و ۸۳۸۳۳۷ اطلاع دهید تا ترتیب هرگونه برنامه مورد نظرتان داده‌شود. پیشاپیش از توجه و علاقمندی اعضای محترم اتاق تشکر میکند.

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

بی‌ثباتی در صادرات فرش

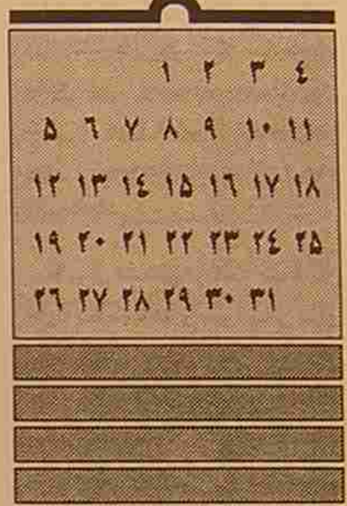
از: علی میرزازاده
عضو هیات مدیره اتحادیه واردکنندگان فرش دستباف ایران در هامبورگ آلمان

هنر قالیبافی، که قدمت دو هزار وپانصد ساله در ایران دارد، یکی از هنرهای همیشه جاویدان کشور ما است که از والاترین ارزشهای انسانی برخوردار است. بهترین نمونه‌های موجود از فرش دستباف در موزه‌ها وکلکسیونهای جهان فرش ایران است که برتارک گنجینه‌ها تلألو و پرتو افشانی می‌کند. فرش ایران که درجهان حرف اول را می‌زند از دیدگاه اقتصادی و اشتغال‌زائی وسهم صادرات غیرنفتی بعد از صادرات موادنفتی در درجه دوم اهمیت قرار دارد و از دیدگاه فرهنگی برای کشور ما تداوم بخش هویت ملی، تاریخی وهنری است وازنظر علمی دارای شاخصه ممتاز جهانی است، کمااینکه در کشور پهناور چین با جمعیتی بالغ بریک میلیارد نفر" دانشگاه فرش" در سطوح بالای علمی وهنری مطرح است. درکشور ما نیز در سطح کاردانی و قریبا" کارشناسی همین رشته در دانشگاه تدریس می‌گردد.

قالی دستباف مملکت مایکی از اصیل‌ترین کالاهای ملی واز هنرهای سنتی وخانوادگی این سرزمین است که تجربه ودانسته‌های آن از قرنهای متمادی از نسلی به نسل بعد به‌عنوان یک سنت پسندیده منتقل وممر ارتزاق و بیش از ده میلیون نفر جمعیت ایرانی است.این صنعت نوعا" تولیدی، اشتغال‌زا، ارزآور و خودکفا می‌باشد. شهرت واعتبار جهانی قالی ایران مرهون اساتید نامدار وطراحان و بافندگان چیره دستی است که بااستعداد، خلاقیت ونبوغ سرشار خودآن را صدرنشین موزه‌ها و محافل هنری جهان کرده‌اند. باید باغرور و افتخار بخود بیالیم که کشور ما علاوه بر صنعت فرش اخیرا" در المپیاد شیمی و ریاضی و مسابقات ورزشی بادرخشش چشمگیروکسب رتبه اول درجهان پرآوازه شده است. می توان به آینده قالی‌بافی در ایران به مراتب بیش از این امیدوار بود،مشروط براینکه از حمایت بیشتر دولت برخوردار باشد. ولی متاسفانه به موازات سقوط بی‌رویه و دور از انتظار(ریال)در برابر دلار وناهماهنگی وعدم ثبات درمبادلات اقتصادی،بانک مرکزی ایران بار دیگر مقررات جدیدی برای صادرات فرش وضع وابلاغ نموده که بموجب این مصوبه صادرکنندگان باید تعهدارزی بسپارند، در موعد مقرر به بانک واریز وگواهی سپرده اخذ نمایند. البته جای مخالفتی نیست که ارز حاصله از صادرات به سیستم بانکی ایران بازگردد،لکن به دلیل غیرمنطقی بودن قیمت فرشها صادرات فرش به حداقل خواهد رسید. بابرقراری دوباره پیمان ارزی، این نرخگذاری به صورتی مضاعف سد راه صادرات خواهد شد.کمیسیون نرخگذاری صادرات ایران بواسطه اختلاف نظرات ونیر حساسیت‌های بوجود آمده پیرامون نرخگذاری، برای اظهارنظر به ستاد تنظیم بازار ارسال گردید و درنتیجه ستاد حداکثربا ۳۰ درصدکاهش در پیمان ارزی موافقت نموده است. ایرادکار دراین است که گمرک ایران برای معرفی بعضی از فرشهای صادراتی قیمتی معادل سه برابر ارزش واقعی آن تعیین می‌کندو بااین کار عملا" رکود در صادرات ایجاد خواهد شد وموجب بروز کسادی درکارصنعت فرش و تقریبا" بیکاری تدریجی دست‌اندرکاران صنعت فرش را موجب خواهد شد تا جائی‌که اگر ارزیابی واقعی در گمرکات صورت نگیرد عوارض نامناسبی درپی‌خواهد داشت...جناب حجت‌الاسلام والمسلمین ناطق نوری ریاست محترم مجلس شورای اسلامی درافتتاح چهارمین نمایشگاه فرش دستباف نیز بااشاره به مشکلات صادرات فرش اظهار داشتند" ...اگر صادرات فرش ایرانی توسعه پیداکند قدمهای بلندی برای بی‌نیازشدن از درآمدهای حاصل از فروش نفت برداشته خواهد شدفرش ۴۰ درصد ارز حاصل از صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل می‌دهد. البته درامرصادرات فرش مشکلاتی درزمینه قیمت‌گذاری و زمان بازگشت ارز حاصل از صدور فرش وجود دارد که باتعدیل منطقی ومعقول این دو مورد مشکلات موجود نیز برطرف خواهد شد ..." وجناب حجت الاسلام والمسلمین هاشمی رفسنجانی ریاست محترم جمهوری نیز تاکید بسیاری درمورد حل مشکلات صادرات فرش کردند ولی متاسفانه درعمل اختلاف نظرات موجود موجب تعلل وتاخیر در اجرای تاکیدات بالاترین مقام اجرائی کشور شده وتحلیلهای غیرواقع بینانه رده‌های تصمیم‌گیرنده موجب رکود صادرات شده است واثرات سوء تعلل در تصمیم گیری درمورد ایجاد تسهیلات درصادرات فرش،خریداران خارجی رابه سوی رقبای فرش ایران ازجمله چین،هند،پاکستان وترکمنستان گسیل خواهدداشت . درحالی که فرش ایران درسنوات آخر باارتقاء کیفیت وتبلیغات وبازاریابی صحیح وحضور در بازارهای خارجی موقعیت ممتازی کسب نموده است. ولی اکنون باروش جدید تدریجا" این بازار مطلوب رااز دست می‌دهد. بنابراین برمسئولان فرض است که باپرداختن به واقعیات وبراساس مطالعات واستفاده از نظرات کارشناسان‌ازجمله‌نمایندگان، اتحادیه‌ها، اتاق بازرگانی،بانک مرکزی، مرکز توسعه صادرات ، گمرک ایران ، شرکت فرش ، وزارت جهاد سازندگی، تولیدکنندگان و صادرکنندگان نسبت به تعیین قیمت جدید درنرخگذاری فرشهای صادراتی وافزایش مهلت تعیین شده برای بازگردانیدن ارز حاصل از صادرات وایجاد تسهیلات لازم وکافی به تدوین مقررات بپردازند تا باثبات و دورنگری وجامعیت شکوفائی دوباره این صنعت دیرپافراهم آید تادرسال جاری صادرکنندگان فرش دستباف ایران بتوانند در نمایشگاه‌های آلمان،کانادا،افریقای جنوبی‌وکشورهای حوزه‌خلیج فارس که درپیش است شرکت نمایند که البته میزان فعالیت وحضور در این نمایشگاهها به روند وضعیت‌ورفع مشکلات مزبور بستگی دارد. درپایان مطلب لازم به ذکر است که شاخص بودن فرش ایران دربین فرشهای دیگرکشورهابخاطر مرغوبیت آن میباشد. بنابراین برخی از بافندگان بخاطر دوام بیشتری که نخهای مخلوط باپولیستر درچله کشی فرش دارد به آن روی آوردند. از مضرات این عمل اصطکاک فرش برکف‌گرم و اطاق وسالن است که کیس برمی‌دارد و از مرغوبیت آن می‌کاهد. باتسهیلاتی که مسئولان محترم دراختیار بافندگان عزیز می‌گذارند و با آگاهی دادن هرچه بیشتر به تولیدکنندگان متعهد امید است که از این کارجلوگیری شود.

گزارش ماه





با سخنان رئیس جمهور کشورمان در محل دائمی نمایشگاهها:

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران گشایش یافت

● رئیس جمهور: نمایشگاهها ابزار صلح و صفا و محبت و دوستی بین ملت‌ها هستند

بیست و یکمین نمایشگاهها بین‌المللی بازرگانی تهران با حضور ۵۳ کشور جهان و ۲۲۰۰ شرکت داخلی روز نهم مهرماه سال جاری با سخنان رئیس جمهور کشورمان افتتاح شد.

سخنان ریاست جمهوری

آقای هاشمی رفسنجانی در مراسم افتتاحیه نمایشگاه اظهار داشت: برگزاری نمایشگاهها اهداف بالاتر از اهداف مادی و بازرگانی در بردارد که عملاً تحقق می‌یابد. این اهداف شامل آشنایی مردم و دست‌اندرکاران صنعت با واقعیت‌های جهان وکشور میزبان می‌باشد همچنین تبادل اطلاعات میان فرهنگ‌های ملل و زیبائی‌هایی که در خلاقیت‌ها و نوآوری‌هایی که در صنعت و اقتصاد کشورها وجود دارد را در برمی‌گیرد.

وی همچنین اظهار داشت: برپائی چنین نمایشگاههایی برغنای فرهنگی جهان اثر می‌گذارد و دست‌آوردهای صلح و صفا، درک نیازها و امکانات پیشرفت علم وتکنولوژی و درک خواسته‌ها از دیگر ویژگی‌ها ونتایج مهم این نمایشگاه است.

رئیس جمهور کشورمان در بخشی دیگر از سخنان خود به ارتباط عمیق میان مردم اشاره کرد و گفت: هرگونه که بتوان ارتباط میان ملل را گسترش داد به نفع بشریت است و اگر فاصله‌ها وبی‌اطلاعی بین ملل بیشتر گردد اثرات منفی سیاسی- فرهنگی و اجتماعی دربرخواهد داشت:

وی اظهار داشت: مابه نمایشگاه به عنوان ابزار صلح و مسالمت وتکامل دانش و دوستی می‌نگریم.

رئیس جمهور پیام دیگر نمایشگاه را پیام سیاسی آن دانست و در این زمینه گفت با وجود تحریم اخیر امریکا برگزاری نمایشگاه با حضور میهمانان داخلی و

خارجی و رشد کمی وکیفی آن نسبت به سال‌های قبل عملاً جواب روشنی به سیاست اخیر کشور آمریکا می‌باشد.

آقای هاشمی همچنین اظهار داشت : تنوع در صنعت و محصولات و امکانات زیربنائی کشورمان نشان از قدرت فنی و علمی ما دارد و توان کشور در سطحی است که دیگر نمی توان آن را محدود کرد.

وی با اشاره به موقعیت جغرافیائی ایران گفت: ایران هم از لحاظ فضایی و هم از لحاظ زمینی حقیقتاً چهار راهی برای بازار منطقه محسوب می‌شود و با شرایط مناسب حمل و نقل، هزینه کم و سرویس دهی مناسب محل عبور کالاهای منطقه می‌باشد. ما باید از این موقعیت برای بازرگانی بین‌المللی، تبادل اطلاعات استفاده کنیم و این‌گونه نمایشگاهها از وسایل آن محسوب می‌شود.

سخنان وزیر بازرگانی

در ادامه مراسم افتتاحیه نمایشگاه مذکور آقای آل اسحاق وزیر بازرگانی طی سخنانی اظهار داشت: بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی تهران به واقع فرصت ویژه‌ای برای تولیدکنندگان کشور ما و کشورهای شرکت کننده فراهم می‌سازد، تا تولیدات و حاصل خلاقیت‌ها و نوآوریهای خود را در قالب معرفی محصولاتشان به یکدیگر ارائه نمایند.

وی گفت: برای جمهوری اسلامی ایران که توسعه صادرات غیرنفتی و گسترش همکاری‌های تجاری با کشورهای جهان را هدف قرار داده است، برگزاری این نمایشگاهها هرسال از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود.

وزیر بازرگانی اظهار داشت اگر چه این نمایشگاه در مقایسه با بسیاری از نمایشگاههای بین‌المللی و معروف جهان،ظاهراً نمایشگاهی جوان و تازه کار محسوب می‌شود، اما طی سال‌های اخیر با گسترش خدمات و تسهیلات خود موفق شده است به یکی از پرتحرک‌ترین نمایشگاههای خاورمیانه تبدیل شده و طی سال، حداقل ۱۰ نمایشگاه بین‌المللی و حدود ۲۰ نمایشگاه تخصصی صادراتی در تهران برگزار نماید.

آقای آل اسحاق همچنین اظهار داشت: سال گذشته نوید بازگشایی " جاده ابریشم" مطرح شد، خوشحالم امسال ابراز نمایم که با اتمام، پروژه راه‌آهن " بافق - بندرعباس" بخشی مهم از این نوید تحقق یافته است و کشور ما می‌رود تا عملاً به‌صورت پل ارتباطی کشورهای تازه استقلال یافته با سایر کشورهای جهان در آید، واین تنها گوشه‌ای از همکاریهای اقتصادی با کشورهای همسایه شمالی خواهد بود، که در نهایت رشد و شکوفائی اقتصادی را برای بسیاری از کشورها در برخواهد داشت.

وی در بخشی دیگر از سخنان خود گفت:خوشبختانه با اتمام و فعال شدن طرحهای زیربنائی کشور، این امکان بوجود می‌آید، تا ترکیب و بافت کالاهای صادراتی ما از تنوع وکیفیت بیشتر و مطلوب‌تری برخوردار گردد. گرچه هنوز بسیاری از این طرحها دردست تکمیل است، اما از هم‌اکنون می توان تأثیر پروژه‌های تکمیل شده را در اقتصاد بازرگانی کشور به وضوح مشاهده کرد، صادرات غیرنفتی که پیش از انقلاب تنها پاسخگوی ۵ درصد از واردات کشور بود درسال گذشته به رقم ۴/۴ میلیارد دلار، یعنی حدود ۳۰ درصد واردات کشور رسید.

وزیر بازرگانی همچنین گفت: اکنون در فهرست کالاهای صادراتی ما، اقلامی چون فولاد، مس و محصولات پتروشیمی و دیگر محصولات صنعتی به چشم می‌خورد، که زمانی اقلام عمده وارداتی کشورما را تشکیل می دادند.

وی همچنین گفت باتوجه به گزارش‌های بین‌المللی دائر بردگرگونی زیربنائی در اقتصاد جهانی و جهانی شدن اقتصاد و تجربه دو دهه گذشتهٔ کشورهای صنعتی وکشورهای درحال رشد وضرورت همبستگی هرچه بیشتر بین آنها، کشورهایی که در بهترین شرایط استفاده از فرصت‌های ناشی از جهان شدن قرار دارند، کشورهایی هستند که سیاست‌ها و ساختار خود را به بهترین و موفق‌ترین شکلی در جهت حمایت از توسعهٔ روبه بیرون و توسعه صادرات اصلاح کرده و تغییر داده‌اند.

آقای آل اسحاق در ادامه سخنانش افزود: نمایشگاههای بین‌المللی برای تولیدکنندگان، تجار و تمامی واحدهای پویا و خلاق، عاملی برای ورود به عرصه بیکران تقاضاها وگشایش بازارهاست که بنابراصول اولیه تجارت بین‌المللی، بسیاری از تنگناها و محدودیت‌های اساسی را از فراراه تولید برمی‌دارد وامکان تولید در سطح وسیع - استفاده از تکنولوژیهای پیشرفته - تقسیم کار و افزایش کارآیی - بکارگیری تشکیلات ومدیریت نوین - بهره‌گیری از تحقیقات، فنون و اطلاعات روز - خلق، ابداع و اختراع ابزار وکالاهای جدید را ممکن می‌سازد و باکاهش هزینه‌های نسبی امکان استفاده مطلوب از فرصت‌های ناشناخته را میسر نموده وهدف تخصیص بهینه منابع و عوامل تولید در سطح بین‌المللی را فراهم می‌آورد.

وزیر بازرگانی در پایان افزود: نمایشگاههای سالانهٔ بین‌المللی، در یک بعد می تواند آزمون و سنجشی بریک سال فعالیت و تحرک تک تک واحدهای شرکت‌کننده در نمایشگاه و شاخص در خصوص توسعه کلان کشورها باشد و طبیعتاً باید انگیزه‌ای درونی برای همه شرکت کنندگان جهت هرچه بیشتر برگزار کردن آن وجود داشته باشد.



سخنان رئیس مرکز توسعه صادرات

آقای سعیدلو رئیس مرکز توسعه صادرات در این مراسم ضمن اشاره به این مطلب که نمایشگاه ابزار مهم بازاریابی در خدمت توسعه صادرات می‌باشد، افزود: البته نقش تلاش‌هایی را که در سطح بین‌المللی برای حذف موانع تعرفه‌ای وغیرتعرفه‌ای و سامان بخشیدن به تجارت بین ملت‌ها و دسترسی وسیع‌تر کشورهای جهان سوم به بازارهای جهانی انجام گرفته است نمی‌توان نادیده انگاشت.

وی گفت: هدف مرکز توسعه صادرات ایران از برگزاری نمایشگاههای بین‌المللی ایجاد شرایط مناسبی است که در نتیجه آن تولیدکنندگان کالا وخدمات بتوانند به رقابتی سازنده و سالم دست بزنند و برای محصولات متنوع خود بازاریابی نمایند.

وی از اهداف دیگر نمایشگاه بین‌المللی تهران را نشان دادن خلاقیت‌ها وابتکارات تولیدکنندگان و صنعتگران ایران وقدرشناسی از تلاش‌هایی دانست که برای تقویت بنیه‌های صنعتی وکشاورزی کشور انجام می‌گیرد.

رئیس مرکز توسعه صادرات در بخشی دیگر از سخنانش افزود: حضور فعال شرکت‌ها و موسسات تولیدی و بازرگانی داخلی در بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی تهران بیش از هرچیز نشان دهنده رشد و شکوفایی اقتصادی کشور و به ثمر رسیدن سرمایه گذاریهای عظیمی است که بویژه در خلال اجرای نخستین برنامه توسعه اقتصادی کشور انجام گرفته و راه را برای عرضه تولیدات صنعتی کشور به بازارهای خارج هموارتر کرده است.

علاوه‌بر آن استقبال کشورهای مختلف از نمایشگاه بین‌المللی تهران، به رغم تبلیغات سوء وگسترده‌ای که به راه انداخته می‌شود، بیانگر این واقعیت است که اغلب کشورها همچنان خواستار گسترش و تعمیق روابط اقتصادی وسیاسی خود با جمهوری اسلامی ایران هستند و این ابراز علاقه را باحضور فعال و گسترده خود در این نمایشگاه بین‌المللی عملاً به اثبات رسانده‌اند.

شایان ذکر است در بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران بالغبر ۳۰۰۰ شرکت تولیدی - صنعتی و بازرگانی از ۵۳ کشور مختلف دنیا انواع و اقسام تولیدات وخدمات خود را در فضایی به وسعت ۱۵۰ هزارمترمربع به معرض نمایش گذارده‌اند که از این تعداد ۲۲۰۰ شرکت داخلی و ۸۰۰ شرکت خارجی هستند. بزرگترین غرفه خارجی امسال به جمهوری فدرال آلمان تعلق دارد که باتوجه به احراز مقام بزرگترین طرف تجاری ایران طی سال‌های اخیر نشان دهنده علاقه‌جدی آلمان به حفظ موقعیت ممتاز خود در بازار ایران تحت هر شرایط است. همچنین بزرگترین غرفه داخلی در این نمایشگاه را سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و بیش از ۶۰ شرکت تحت پوشش آن به خود اختصاص داده‌اند و در فضایی به مساحت حدود ۳۰ هزار مترمربع تازه‌ترین دستاوردهای فنی صنعت سنگین کشور در زمینه‌های خودروسازی و ساخت قطعات متعلقه - ریخته گری و آهنگری - ساخت فلزات - ساخت و نصب تجهیزات پالایشگاهها و پتروشیمی - مخازن تحت فشار و انواع بویلر- انواع ماشین‌آلات راهسازی را به نمایش گذاشته‌اند.

در نمایشگاه مذکور کشورهای آفریقای جنوبی - عراق و مکزیک و لبنان برای نخستین بار شرکت کردند. همچنین تمامی کشورهای عضو اکو و کشورهای اتریش - استرالیا - اسپانیا - اسلواکی - اسلوانی - آلمان - انگلیس - ایتالیا - ایرلند- بنگلادش - بلژیک - بوسنی و هرزگوین - پاکستان - پرتغال - تایوان - امارات متحده عربی - ترکیه - چک - دانمارک - رومانی - ژاپن - سوئد - سوئیس - فرانسه - فنلاند - کانادا- کره جنوبی - لهستان - مجارستان - هلند- هند - هنگ‌گنگ - روسیه - یونان - قبرس - بحرین - قزاقستان - لبنان - لیبی - مکزیک - سودان - اردن - عمان و برزیل نیز حضور داشتند.



در بین غرفه‌های خارجی بیشترین توجه مردم به تولیدات کشورهای پیشرفته نظیر آلمان -ایتالیا و ژاپن بود اما غرفه‌های کشورهای هند- بوسنی وهرزگوین - چین - مالزی - اندونزی - تایوان - سنگاپور به دلیل نوع غرفه‌آرایی و تولیدات متنوع بازدیدکنندگان زیادی را به سوی خود جلب می‌کرد.

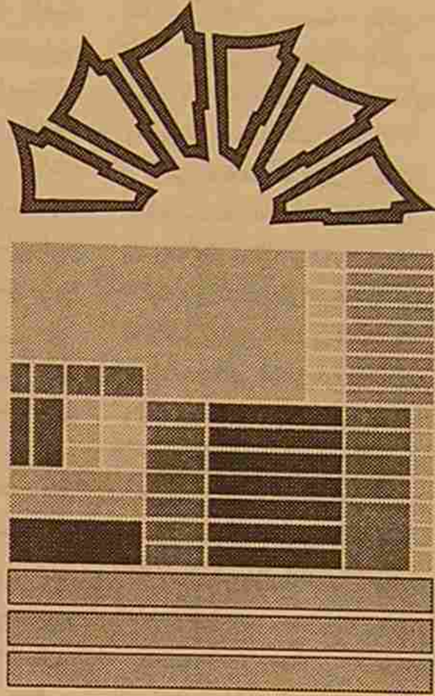
در طول برپائی بیست و یکمین نمایشگاه همچنین صدها قرارداد فروش کالاهای ایرانی به شرکت‌های خارجی به امضاء رسید.

آقای مهندس سعیدلو در این رابطه افزود: بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی تهران، امسال به مراتب بهتر و با محتواتر از سال گذشته است و نشانه آن حضور هیات‌های بلندپایه کشورها است. همچنین وزراء- سفرا ونمایندگان کشورها با مشاهده کالاهای ایرانی که منطبق با استانداردهای بین‌المللی است، پیشنهاد مشارکت در اجرای پروژه‌های مثل سدسازی- سیلوسازی - احداث پالایشگاه و دیگر تاسیسات صنعتی در کشورهای جهان سوم را به جمهوری اسلامی دادند که کشورهای آلمان و ایتالیا از آن جمله می‌باشند.

وی گفت در این نمایشگاه همچنین خدمات مهندسی جمهوری اسلامی ایران- موردتوجه دیگر کشورها بخصوص کشورهای همسایه قرار گرفته بود که این کشورهاباعقد قراردادهایی خواستار خدمات مهندسی جمهوری اسلامی ایران برای توسعه برنامه‌های عمرانی وزیربنایی شدند.

تهیه و تنظیم از : ژیلا علیزاده

مقالات اقتصادی



از : مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی اتاق ایران

نرخ تورم در ایران و سایر کشورهای روبه توسعه

اخیراً بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در گزارش ماهانه‌ای که با عنوان شاخص بهای کالا و خدمات مصرفی در مناطق شهری کشور منتشر می‌کند، درصد تغییر شاخص بهای کالا و خدمات مصرفی را در خردادماه سال جاری نسبت به ماه قبل ۷ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل برابر ۵۶/۴ درصد، شاخص افزایش بهای کالا و خدمات مصرفی سه ماهه اول سال ۱۳۷۴ نسبت به دوره مشابه سال ۱۳۷۳ را برابر ۵۵/۵ درصد اعلام کرده است. صرفنظر از درست بودن یا درست نبودن ارقام ارائه شده، روشن است که در این صورت رقم رسمی و اعلام شده نرخ تورم در سال جاری نسبت به سال قبل دست‌کم به‌طور متوسط در حدود ۵۰ درصد خواهد بود. بنابراین بمراتب بیش از رقم پیش‌بینی و اعلام شده در برنامه پنجساله دوم است. از این‌رو بیشترین هراس برخی دست‌اندرکاران امور اقتصادی کشوراز آنست که چنانچه سیاستهای پولی - بانکی و مقابله با تورم بازنده موجود که در واقع بیشتر به نوعی فقیر وفقیرترشدن جامعه شباهت دارد تا تورم در شکل عادی آن، به نحوی که در گذشته مورد عمل بوده است مورد اقدام قرار گیرد(به‌طور مثال به جای کوشش در جهت کاهش قیمتها با ابزاری مانند افزایش نرخ سود بانکی یا... با تورم مقابله شود) به احتمال نرخ تورم اگر سه رقمی نشود، به ارقامی نزدیک به سه رقمی خواهد رسید.

اکنون بی‌آنکه به تحلیل علل افزایش نرخ تورم- که در هرحال بی‌فایده است- بپردازیم به نظر می‌رسد، نگاهی گذرا به نرخ تورم در کشورهای روبه توسعه که در ماه مارس سال جاری مسیحی از سوی صندوق بین‌المللی پول اعلام و انتشار یافته خالی از فایده نباشد.

با نگاهی گذرا به آمار و ارقام مورد اشاره، در کشورهای روبه توسعه و کمتر توسعه یافتهٔ آفریقا، آسیا و نیمکره غربی مشاهده می‌شود که نرخ رسمی تورم ایران در سال گذشته نسبت به سال قبل حدوداً برابر ۳۵ درصد اعلام شده است، همین رقم ایران را از لحاظ نرخ بالای تورم در ردیف سی کشور دست به گریبان نرخ تورم بالا در جهان و دومین کشور آسیائی قرار داده است.

پرسشی که بیش از به پایان بردن کلام مطرح است، اینکه چرا در حالی‌که به‌نظر می‌رسد تولید کالاهای مصرفی نسبت به زمانی که جمعیت کشور نصف جمعیت کنونی بود(چنانچه اشتباه نکنیم) تقریباً در هیچ موردی به دو برابر افزایش نیافته است، گفته می‌شود در پاره‌ای موارد مصرف سرانه به بیش از دو برابر افزایش یافته است؟ چنانچه این ادعا درست باشدآیا یکی از علل اساسی نرخ تورم همین فزونی یافتن تقاضا نسبت به کالای دراختیار نیست؟ اگر نخواهیم کل ماجرای پدیده تورم را ناشی از سرمایه گذاریهای زیربنائی و بلندمدت عمرانی تلقی کنیم، سپس افزایش این تقاضا که منجر به پدید آمدن تورم بالا شده است ناشی ازکدامین سیاست پولی -بانکی و مالی و یا نظارت و هماهنگی در اجرای برنامه‌ها بوده است. و این وظیفه‌ایست که به‌نظر می‌رسد بررسی و پاسخ به آن بعهده پژوهشگران و یا دست‌کم خوانندگان علاقمند به موضوع به ویژه سازمانهای مسئول امور اقتصادی کشوراست.

در پایان با نگاهی گذرا به نرخ تورم در کشورهای روبه توسعه ملاحظه می‌شود که نرخ بالای تورم دراین ممالک کم یا بیش ناشی از آشفتیگهای سیاسی - اقتصادی ودر نهایت اداره امور، نبود انطباق میان استراتژی سیاسی - حکومتی با استراتژی اقتصادی به‌ویژه رویاروئی صادقانه با واقعیات بوده است و به احتمال در سالهای آینده همچنان ادامه خواهد داشت.

جدول نرخ تورم در کشورهای روبه توسعه

نام کشور	میانگین ۸۶-۱۹۷۷	۱۹۹۴
آفریقا	۱۵/۷	۳۳/۰
الجزایر	۱۱/۰	۲۹/۰
آنگولا	۰۰۰	۴۵۷/۰
بنین	۸/۹	۳۳/۰
بتسوانا	۱۱/۹	۱۱/۱
بورکینافاسو	۸/۳	۲۴/۷
بروندی	۱۰/۰	۱۲/۷
کامرون	۱۱/۰	۱۲/۷
کیپ ورد	۱۴/۲	۴/۶
جمهوری‌آفریقای‌مرکزی	۱۰/۷	۲۴/۶
چاد	۶/۷	۴۱/۳
کومورو	۷/۴	۲۵/۰
کنگو	۹/۸	۴۰/۳
ساحل عاج	۱۱/۰	۲۵/۹
جیبوتی	۸/۹	۱/۷
گینه اکوادور	۱۸/۱	۴۰/۶
اتیوپی	۹/۵	۱/۵
گابن	۱۰/۰	۳۵/۲
گامبیا	۱۳/۰	۴/۰
غنا	۵۸/۲	۱۸/۸
گینه	۱۶/۵	۴/۰
گینه بیسائو	۳۰/۲	۱۷/۲
کنیا	۱۲/۴	۲۸/۸
لسوتو	۱۴/۴	۱۰/۰
لیبریا	۵/۹	۱۰/۰
ماداگاسکار	۱۵/۷	۱۸/۰
مالاوی	۱۲/۰	۳۷/۲
مالی	۱۱/۴	۴۰/۱
موریتانی	۴/۴	۳/۵
موریس	۱۲/۱۰	۹/۴
مراکش	۹/۸	۵/۰
موزامبیک	۱۳/۳	۵۰/۰
نامیبیا	۰۰۰	۸/۰
نیجر	۸/۷	۳۵/۶
نیجریه	۱۵/۸	۵۷/۵
رواندا	۸/۰	۲۵/۰
سائوتومه و پرنسیپ	۵/۷	۱۲/۰
سنگال	۹/۸	۳۹/۱
سیشل	۷/۲	۱/۸
سیرالئون	۲۶/۹	۱۷/۱
سومالی	۳۵/۵	۱۸/۹
آفریقای جنوبی	۱۳/۹	۹/۰
سودان	۳۷/۹	۱۰۱/۰
سوازیلند	۱۵/۴	۸/۰
تانزانیا	۲۴/۷	۹/۵
توگو	۸/۰	۴۱/۴
تونس	۸/۳	۴/۳
اوگاندا	۷۹/۶	۳/۴
زئیر	۵۲/۵	۲۳/۹۱۳/۰
زامبیا	۳۲/۲	۵۳/۰
زیمبابوه	۱۲/۵	۲۳/۲
نیمکرهٔ غربی	-۶۹/۳	۲۲۷/۲
آنتیکواوباربودا	۱۰/۸	۳/۵
آرژانتین	۲۱۶/۷	۴/۵
اروبا	۰۰۰	۵/۲
باهاما	۶/۵	۳/۲
باربادوس	۸/۸	۳/۴
بلیز	۴/۱	۲/۰
بولیوی	۲۲۷/۹	۷/۷
برزیل	۱۰۹/۴	۲،۴۰۷/۳
شیلی	۳۱/۳	۱۱/۴
کلمبیا	۲۳/۶	۲۲/۶
کاستاریکا	۲۱/۶	۱۰/۰
دومینیک	۹/۶	۷/۰
جمهوری دومینیکن	۱۳/۲	۴/۶
اکوادور	۲۰/۲	۲۵/۵
السالوادور	۱۵/۸	۱۰/۸
گرانادا	۱۱/۸	۳/۲
گواتمالا	۱۲/۱	۱۰/۰
گویان	۱۶/۰	۱۴/۰
هائیتی	۸/۱	۲۱/۱
هندوراس	۸/۲	۲۲/۴
جزایرآنتیل هلند	۶/۳	۳/۵
نیکاراگوئه	۶۹/۰	۷/۲
پاناما	۴/۳	۲/۰
پاراگوئه	۱۷/۹	۱۰/۰
پرو	۷۸/۰	۲۳/۷
سنت کیتس ونویس	۹/۳	۲/۶
سنت لوسیا	۷/۱	۱/۸
سنت وینسنت وگرنادینس	۸/۹	۳/۰
سورینام	۱۰/۰	۳۵۷/۰
ترینیداد وتوباگو	۱۲/۴	۵/۹
اروگوئه	۵۳/۵	۴۲/۱
ونزوئلا	۱۱/۵	۷۰/۸
جامائیکا	۲۰/۷	۳۰/۰
مکزیک	۴۶/۴	۷/۱
آسیا	۷/۵	۱۳/۵
دولت اسلامی افغانستان	۱۰/۹	۲۰/۰
بنگلادش	۱۲/۶	۳/۹
بوتان	۵/۹	۸/۰
کامبوج	۰۰۰	۰/۰
چین	۳/۴	۲۱/۷
فیجی	۷/۱	۱/۵
هنگ کنگ	۸/۶	۸/۰
هند	۸/۴	۱۰/۱
اندونزی	۱۱/۲	۸/۵
کریباتی	۷/۴	۴/۰
کره شمالی	۱۰/۸	۶/۳
کره جنوبی	۵۵/۹	۶/۸
مالزی	۴/۴	۴/۱
مالدیو	۱۰/۵	۱۴/۲
جزایر مارشال	۰۰۰	۲/۸
ایالات فدرال میکونزی	۰۰۰	۵/۰
میانمار	۳/۳	۲۲/۲
نپال	۱۰/۳	۷/۰
پاکستان	۷/۶	۱۲/۵
پاپوای گینه نو	۶/۶	۲/۸
فیلیپین	۱۵/۳	۹/۱
سنگاپور	۳/۵	۴/۰
جزایر سلیمان	۱۰/۳	۱۳/۷
سریلانکا	۱۱/۴	۸/۳
تایوان	۶/۱	۴/۱
تایلند	۷/۱	۵/۰
وانواتو	۷/۲	۵/۰
ویتنام	۶۲/۸	۱۴/۴
ساموای غربی	۱۴/۰	۱۸/۰
خاورمیانه و اروپا	۲۰/۳	۳۱/۷
بحرین	۵/۵	۲/۸
قبرس	۷/۲	۴/۷
مصر	۱۵/۰	۸/۱
جمهوری اسلامی ایران	۱۷/۱	۳۵/۰
عراق	۱۶/۰	۶/۰
اسرائیل	۱۲۱/۱	۱۲/۳
اردن	۷/۳	۳/۶
کویت	۴/۷	۲/۰
لبنان	۲۹/۶	۵۰/۰
لیبی	۱۰/۹	۶/۸
مالت	۵/۴	۵/۴
عمان	۳/۲	۳/۴
قطر	۶/۳	۳/۰
عربستان سعودی	۲/۷	۰/۸
جمهوری عربی سوریه	۱۳/۸	۸/۰
ترکیه	۴۵/۹	۱۰۶/۳
امارات متحده عربی	۸/۲	۳/۵
جمهوری عربی یمن سابق	۱۴/۵	۰۰۰
جمهوری یمن	۰۰۰	۵۵/۰

منبع : MF = WORLD ECONOMIC out Look March 1995

□

پژوهشی درباره:

دنیای منطقه‌ها و سرزمین‌های آزاد

نگرشی بر سیر تحول مفهوم و ایجاد انواع منطقه‌های آزاد

در یک منطقه، تنها به این دلیل اقتصاد و فعالیت‌های اقتصادی آزاد اعلام می‌شود که اقتصاد آزاد بتواند در آن منطقه استقرار یابد و با ایجاد و برقراری شرایط مناسب و مطلوب، اقتصاد را با شتاب گسترش دهد.

منطقه‌ها و سرزمین‌های آزاد دارای مشخصاتی مشترک می‌باشند. این مشخصات عبارتند از شرایط گمرکی ویژه، پرداخت مالیات و عوارض کمتر، شرایط بهتر و مناسب‌تر کار و فعالیت و بالاخره قوانین و مقررات ساده، سرعت انجام امور مالی و اداری و از این نوع در مقایسه با وضعیت جاری.

منطقه آزاد بازرگانی: این منطقه‌ها با هدف بازرگانی ایجاد می‌شوند و هدفشان کم یا بیش پذیرش کالاهای بین‌المللی و جهت دادن به جریان این کالاهاست.

منطقه پردازش صادرات: این منطقه‌ها با هدف جذب سرمایه‌های خارجی و پذیرش شرکتهای خارجی ایجاد می‌شوند لذا روشن است که باتوجه به شرایط محلی، ایجاد کار وافزایش تولید به هدف توسعه صادرات مدنظر قرار خواهد داشت.

منطقه آزاد شرکتها: این منطقه‌ها در مقایسه با مناطق آزاد بازرگانی یا پردازش صادرات از این تفاوت برخوردارند که به‌منظور ایجاد اشتغال و جابجائی مشاغل از نقاط پیشرفته به منطقه عقب‌مانده طراحی می‌شوند.



مفهوم منطقه آزاد

"روژه برونه" Roger Brunet صاحب‌نظر نامی فرانسوی در باره منطقه‌ها و سرزمین‌های آزاد براین باور است که: "از دید برخی متخصصان، به‌ویژه اقتصاددانان، در یک منطقه، تنها به این دلیل اقتصاد و فعالیت‌های اقتصادی آزاد اعلام می‌شود که اقتصاد آزاد بتواند در آن منطقه استقرار یابد وبا ایجاد و برقراری شرایط مناسب و مطلوب، اقتصاد را با شتاب گسترش دهد. منظور از شرایط مطلوب و مناسب که وی به آن اشاره می‌کند آنست که در منطقه موردنظر مالیات و عوارض دریافت نشود، قوانین و مقررات دست وپاگیر مالی و اداری وجود نداشته باشد و جنانجه موانعی فراراه گسترش فعالیت‌های اقتصادی قرار داشته باشد از میان برداشته شود و راه برای فعالیت‌های اقتصادی براساس اقتصاد بازار گشوده شود.

به نظر برخی دیگر اقتصاددانان، منطقه آزاد در هریک از شکل‌های عمومی آن، بایستی با هزینه دولتی و به وسیله دولت، اعم از مرکزی یا محلی ایجاد شود و بخش‌های غیردولتی و بیش از همه خصوصی آن را به کارگیرند.

نکته‌ای که ذکر آن در این جا ضرورت دارد این که بهرحال منطقه‌ها و سرزمین‌های آزاد دارای مشخصاتی مشترک می‌باشند. این مشخصات عبارتند از شرایط گمرکی ویژه، پرداخت مالیات و عوارض کمتر، شرایط بهتر و مناسب‌تر کار و فعالیت و بالاخره قوانین و مقررات ساده، سرعت انجام امور مالی و اداری و از این نوع در مقایسه با وضعیت جاری، لذا هنگامی که یک‌بار شرایط مناسب اصلی و موردنظر برقرار و مهیا شد، حسب ضرورت شرایط مناسب وگوناگون دیگری هم ایجاد خواهد شد، زیرا باید توجه داشت، که ایجاد یک منطقه یا سرزمین آزاد براساس اندیشه‌ای ساده و مشخص آغاز می‌شود و به وقوع می پیوندد. به بیان دیگر وقتی در بخشی از خاک یک کشور، فعالیت‌های صنعتی و بازرگانی از شرایط گمرکی، مالیاتی و مقرراتی ویژه و مناسبی بهره‌مند می‌شوند- حتی اگر ظاهراً این فعالیت‌ها گوناگون و متفاوت از یکدیگر و بسیار زیاد باشد، با آنکه نمی‌توانیم به آسانی میان فروشگاههای آزاد بخش‌های مرزی، جزیره سنگاپور، بندر آزاد هامبورگ، مناطق تجارت خارجی" ایالات متحده آمریکا، منطقه آزاد صنایع صادراتی،" ماسان" (Massan) در کره جنوبی، انبارهای آزاد بندر مستقل استراسبورگ مقررات مشترکی بیابیم -با اینحال همه‌ی اینها از جمله" منطقه‌های آزاد" محسوب می‌شوند و این به دلیل آنست که اصول و مبانی لازم برای ایجاد، در شکل‌های متفاوت اجراء می‌شوند، زیرا هرکدام از آنها به دلائل ویژه‌ای ایجاد شده و هدفهای مشخصی را دنبال می‌کنند.

بنابراین روشن است که پس از آن که به مفهوم اصلی و هدف از ایجاد یک منطقه آزاد پی بردیم، می توانیم به سادگی چگونگی شرایط ایجاد آن منطقه را با ویژگیها و اهداف موردنظر در هرجا مورد بررسی قرار دهیم. آنچه مسلم است ایجاد منطقه آزاد به‌طور کلی واصولی مستلزم چهار پیش شرط اساسی به شرح زیر است:

اول (لغو عوارض گمرکی) : نخستین واساسی‌ترین پیش شرط ایجاد یک " منطقه آزاد" آنست که در مورد کالاهای وارد به منطقه هیچ‌گونه عوارض یا تعرفه‌ای اعمال نشود. به بیان دیگر منطقه آزاد از لحاظ گمرکی به مثابه سرزمینی بیگانه تلقی شود. با آنکه منطقه آزاد

سرزمینی خودی است که به یک فرودگاه یا یک بندر متصل است، اما از نقطه‌نظر ورود و خروج کالا به منطقه و از منطقه، بسان سرزمینی خارجی تلقی می‌شود. چنانچه کالاهای وارد به منطقه، تبدیل شوند و مجدداً صادر شوند، هیچ‌گونه عوارضی برآنها تعلق نخواهد گرفت، مگر آن که کالاهای وارد به منطقه آزاد وارد کشور میزبان شوند که دراین صورت مشمول مقررات جاری کشور خواهند بود.

دوم (تخفیف مالیات) : دومین پیش شرط برای ایجاد یک منطقه آزاد آنست که نرخ مالیات باید بی‌هیچ گفتگوئی کمتر از نرخ مالیات در خارج از منطقه و به عبارت دیگر داخل کشور میزبان باشد. به‌طور مثال حداقل امتیاز آشکاری که مقررات " جامعه مشترک اروپا" در این مورد منظور داشته است. در پاره‌ای از موارد مالیات ارزش افروده است. اما مناطق آزاد بلژیک و حتی در مقررات جاری جامعه مشترک اروپا که اکنون بیش ا ز هفت نوع مالیات برفعالیت‌های بازرگانی وجود دارد، از همه آنها صرفنظر شده است. بنابراین ملاحظه می‌شود که هنوز فضای زیادی برای بخشودگی مالیاتی مانع گسترش فعالیت‌های بازرگانی می‌باشند وجود دارد.

سوم (کاهش مقررات): سومین پیش شرط آنست که در داخل مناطق آزاد بایستی مقررات کمتری اعمال شود. مقرراتی که به‌طور عادی برای فعالیت‌های بازرگانی در یک منطقه لازم است، اعم از مجوزهای لازم برای برنامه‌ریزی، تهیه طرح، از ساختمان و دفاتر کار گرفته تا تهیه پروانه و دیگر مجوزهای لازم.

چهارم (استقلال عمل): پیش شرط چهارم یا آخرین پیش شرط آنست که مناطق آزاد نبایستی تحت کنترل و نظارت دولت باشند. آنها بایستی به‌طور مستقل اداره شوند. به عبارت دیگر آنکه سازمان منطقه بایستی توسط تجار وصاحبان صنایع مستقر در منطقه اداره و مورد نظارت باشد. بدیهی است نظارت عالیه دولت دورادور می‌تواند متوجه فعالیتهای منطقه باشد. در هرحال فعالیت‌های روزمره آنها بایستی توسط " سازمان منطقه‌آزاد " که به احتمال بسیار قوی از سوی مصرف کنندگان، نمایندگان تولیدکنندگان یا تجار و مردم تشکیل می‌شود، اداره شود. تصمیمات متخذه برای اداره منطقه‌ای آزاد باید درحد قابل ملاحظه خارج از دخالت‌های سیاسی باشد.

اهمیت این پیش‌شرط ها که از سوی موسسه تحقیقاتی " آدم اسمیت " در لندن منتشر شده در آنست که به‌عنوان مثال تحلیل آنها مارا به ا ین نتیجه می‌رساند که بندر آزاد هامبورگ با برخوردار بودن از مقررات آزادتر، در مقایسه با کپنهاک و استکهلم به نتایج بهتری دست یافته است.

مناطق تجارت خارجی ایالات متحده که اکنون تعداد آنها به بیش از ۳۰۰ واحد رسیده تا سالهای پیش از دهه‌ی هشتاد چندان موفق نبودند، اما از سال ۱۹۸۰ به بعد که در حدود وظائف آنها تغییراتی بوجود آمد، رشد چشمگیری از خود نشان داده‌اند.

نگرشی برانواع مناطق آزاد

بهرحال باید متوجه این واقعیت بود که باتوجه به نقش اقتصادی منطقه‌های آزاد، و تغییر و تحولی که دراین منطقه‌ها انجام پذیرفته این منطقه‌ها را می‌توان در سه گونه‌ی بزرگ یا گروه متفاوت دسته‌بندی کرد:

الف – منطقه آزاد بازرگانی : این منطقه‌ها با هدف بازرگانی ایجاد می‌شوند وهدفشان کم یا بیش پذیرش کالاهای بین‌المللی و جهت دادن به جریان این کالاهاست.

ب – منطقه پردازش صادرات : این منطقه‌ها با هدف جذب سرمایه‌های خارجی و پذیرش شرکتهای خارجی ایجاد می‌شوند لذا روشن است که با توجه به شرایط محلی، ایجاد کار و افزایش تولید به هدف توسعه صادرات مدنظر قرار خواهد داشت.

پ – منطقه آزاد شرکتها: این منطقه ها در مقایسه با مناطق آزاد بازرگانی یا پردازش صادرات از این تفاوت برخوردارند که به‌منظور ایجاد اشتغال و جابجائی مشاغل از نقاط پیشرفته به منطقه عقب مانده طراحی می‌شوند.

بنابراین، پایه و اساس این سه شکل منطقه‌های آزاد را که در واقع سه گروه اصلی می‌باشند موردتوجه قرار می‌دهیم. هرکدام از این سه نوع منطقه‌های آزاد با توجه‌به نقطه‌نظر کشور ایجاد کننده آنها ایجاد می‌شوند و ما می‌کوشیم با نشان دادن نمونه‌های دقیق، ویژگیها و برتری هرکدام را درحد امکان مورد بررسی قرار دهیم. اما نکته درخور اهمیت این که باید دانست، ایجاد یک منطقه آزاد علاوه‌برآن که هزینه دارد گهگاه مسائل ومشکلاتی هم ایجاد می‌کند که به آنها اشاره خواهیم کرد.

منطقه‌های آزاد بازرگانی

این گونه منطقه‌ها همان‌گونه که عنوان شد با هدف صرفاً بازرگانی ایجاد می‌شوند و هدفشان کم یا بیش پذیرش کالاهای بین‌المللی و جهت دادن به جریان این کالاهاست. در این گروه از منطقه‌های آزاد بنادر و جزایر و همچنین فروشگاههای آزاد قرار دارند. به‌طوری که در بررسی تاریخچه ایجاد منطقه‌ها و سرزمین‌های آزاد ملاحظه خواهد شد، بندرها و جزیره‌های آزاد از قدیمی‌ترین انواع منطقه‌های آزاد بشمارند. نام این منطقه‌ها گویای محلی است بندری که از پرداخت حقوق گمرکی آزاد است. این بندرها معمولاً در محلی ایجاد می‌شوند که ازنظر بازرگانی جهانی در یک نقطه استراتژیک قرار داشته باشند. امروزه تعداد بندرهای آزاد بازرگانی چندان زیاد نیست و بایستی آنها را از منطقه‌هائی از ناحیه‌ی بندری که انبارهای آزاد در آن وجود دارد جدا دانست. در واقع یک منطقه آزاد بازرگانی، به ویژه نوع بندری آن از نقطه‌نظر جغرافیائی در محل دورافتاده‌ای واقع است و با یک کمربند گمرکی از نواحی اطراف جدا می‌شود. لذا بدین‌گونه است که می‌تواند از نقطه‌نظر گمرکی از قوانین و مقرراتی غیراز قوانین جاری درکشور میزبان یعنی درون کشور برخوردار شود. در درون این دایره و کمربند است که کالاهای گوناگون دادوستد می‌شود. در اصل فعالیت بندرهای آزاد بازرگانی یا به‌طور کلی منطقه آزاد بازرگانی در نگاهداری کالاهای وارده به کشور از مبادی متفاوت که برای صادرات در آنجا انبار شده خلاصه می‌شود. جالب ترین نمونه این‌گونه بندرهای آزاد یا منطقه‌های آزاد تجاری بندر هامبورگ است که حدود ۱۵ کیلومترمربع مساحت دارد و اهمیت آن محدود به این نیست که یک منطقه آزاد تجاری می‌باشد، بلکه امروزه از این امتیاز برخوردار شده است که از ممنوعیت‌های قرارداد رم هم آزاد باشد، یعنی برخوردار بودن از مقررات اجتماعی ویژه و فقدان مقررات مالیاتی.

نوع دیگر منطقه‌های آزاد صرفاً بازرگانی، انبارهای آزاد و فروشگاههای آزاد می‌باشند. وجه تمایز انبارهای آزاد و فروشگاههای آزاد به عنوان ساده‌ترین انواع منطقه‌های آزاد، به‌وسیله یک کمربند گمرکی از یکدیگر جدا نمی‌شوند، در حالیکه در مورد بندرهای آزاد چنین نیست. در مورد انبارهای آزاد بازرگانی گاه چنین پیش می‌آید که کالاهای انبارشده بدون پرداخت حقوق گمرکی یامالیات ارزش افزوده از این مناطق خارج می‌شوند و تا بازار فروش کالا در کشور مقصد حمل می‌شوند. در عین حال تفاوت دیگری هم بین این منطقه‌ها که منطقه انبارهای آزاد نام دارند و ما آنها را کوتاه‌تر " منطقه‌های آزاد" می‌نامیم با بنادر آزاد وجود دارد و این‌است که در " انبارهای آزاد" کالاهای رسیده می‌توانند مدت زیادی باقی بمانند(بین یک تا پنج سال).

امروزه در ایالات متحده آمریکا تعداد زیادی از این منطقه‌ها وجود دارد که در بندرها و فرودگاهها ایجاد

شده‌اند. یکی از عمده‌ترین و معروفترین آنها در "دالاس" ایجاد شده است که اصول معتبر بازرگانی را با برخورداری از آزادی گمرکی و معافیت مالیاتی به هم پیوند زده است.

در اروپا انبارهای آزاد شهرهای "آنورس" Anvers و "رتردام" (Roterdam) از شهرت فراوان برخوردارند. انبارهای "آنورس" بزرگترین سکوها و امکانات جهانی را برای جابجائی و تغییر شکل کالا در اختیار دارند. در فرانسه چندین نوع انبار آزاد از حقوق گمرکی و مالیات وجود دارد که به انبارهای نگاهداری وارداتی و انبارهای نگاهداری صادراتی معروفند و باتوجه به مقررات بخش دولتی یاخصوصی، کالا به مدت متفاوت در آنها نگاهداری می‌شود.

به عنوان مثال باید یادآور شد که امتیاز ایجاد انبارهای آزاد در فرانسه برای اولین بار در سال ۱۹۸۴ از سوی مدیریت بندرها، در بندر خودمختار استراسبورگ صادر شد. از آن به بعد ده انبار آزاد دیگر در شهرهای "مارسی" (Marseille)، "تولوز" (Toulouse)، "دانکرک" (Danquerke)، "بایون" (BaYonne)، "نانت" (Nante)، "سنت لازار" (st. Lazaire)، "بوردو" (Bordeaux)، "روشل پالیس" (La rochel- Pallice)، "گوادلوپ" (Cuadelope)، "ست" (Sete) ایجاد شده است.

روز ۱۰ سپتامبر ۱۹۸۶ آخرین روزیست که با امضای یک پیمان ملی این امتیاز داده شد و براساس آن و باتوجه به جنبه‌های بین‌المللی مربوط، بندر خودمختار استراسبورگ ایجاد شد.

برای آگاهی بیشتر در باره بندر آزاد استراسبورگ، یادآوری این نکته خالی از فایده نیست که به‌طور کلی برای کسانی که بخواهند از بندر خود مختار استراسبورگ استفاده کنند تسهیلات مندرج در زیر وجود دارد.

– امکان نگاهداری و تغییر شکل کالا در دوره‌ای که از پنج سال تجاوز نکند ضمن برخورداری از معافیت گمرکی و مالیاتی.

– حذف سپرده مشخص (که در ابتدا برای ضمانت و پرداخت حقوق گمرکی و مالیات و درصورت ناپدید شدن کالا درنظر گرفته شده بود. در حال حاضر اطاق بازرگانی و مقامات بندری خود در برابر گمرک کار ضمانت پرداخت را به عهده دارند.

– ایجاد تسهیلات هرچه بیشتر در تشریفات ورود و خروج کالا باتوجه به یک اظهارنامه ساده.

– محدود شدن دفاتر تمام بازرگانان به یک دفتر بندری.

– دستیابی به امکانات زیربنائی بندر: از جمله ۲۳۰ هزار مترمربع انبار، ترمینال خروجی، کامیونها و تریلی‌های حمل کانتینر، مرکز خدمات حمل و نقل بین‌المللی (Z.F.I.E).

انبارهای آزاد در ابتدا برای نگاهداری کالا ایجاد شدند و اداره درست و خوب آنها بستگی به ظرفیت انبارها و امکان جابجا کردن کالا داشت. اما در حال حاضر بیشتر به صورت یک سرپل تلقی می‌شوند که بازرگانان و شرکت‌های خارجی می‌کوشند تولیداتشان را از این راه به بازار فروش برسانند. بنابراین ملاحظه می‌شود انبارهای آزاد در این بندر آزاد در جهتی هدایت شده‌اند که بتوانند امکانات لازم برای تبدیل و تغییر کالا را داشته باشند و هدفهائی همانند یا مشابه "منطقه آزاد شرکتها" را دنبال کنند.

منطقه پردازش صادرات

اندیشه ایجاد "منطقه پردازش صادرات" یا "منطقه آزاد تجاری – صنعتی از سال ۱۹۵۸ در ایرلند و دقیقاً در "شانون" (SHANNON) که روستای کوچکی در ساحل غربی جزیره بود به وجود آمد. زیرا می‌خواستند ۳۰۰ محل کاری را که در فرودگاه حذف شده بود از طریق واگذاری محل فرودگاه به سرمایه گذاران صنعتی خارجی دوباره ایجاد کنند. به‌همین جهت برای آن منطقه مقرراتی ویژه نوشتند. این بخش صنعتی که از حقوق و عوارض گمرکی و پرداخت مالیات معاف شده بود، موفقیت بی‌سابقه‌ای به‌دست آورد. شرکتهای گوناگون که بیشتر آنها آمریکائی بودند گروه، گروه در آن‌جا مستقر شدند. این شرکت‌ها از سال ۱۹۷۵ به بعد ۲۳۰۰۰ شغل تازه در منطقه ایجاد کردند. کشورهای صنعتی در ابتدا ایجاد چنین منطقه‌هائی را نمی‌پذیرفتند ولی کشورهای درحال رشد آماده ایجاد آن بودند. پس از آن که کشورهای در حال رشد در سیاست جایگزینی واردات به وسیله صنعتی کردن کشور که طی سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۵ دنبال می‌شد با شکست روبه‌رو شدند در سالهای پس از ۱۹۶۵ کوشیدند سیاست تولیدیشان را به سوی صادرات متوجه سازند.

"منطقه‌های پردازش صادرات" امکاناتی را فراهم می‌آورند که کلیه عوامل تولید یک کشور را همزمان به سازندگی وادار می‌شود و با کمک به تراز پرداختهای خارجی، کارائی و کاردانی را نیز افزایش می‌دهد. در تئوری توسعه اقتصادی ایجاد منطقه‌های پردازش صادرات می‌تواند به‌عنوان خیزاقتصادی تلقی شود (Take Off) که در یک برنامه توسعه فوق‌العاده ضروریست.

از آن زمان به بعد این نوع منطقه‌های آزاد، یکی پس از دیگری ایجاد شد وتا سال ۱۹۷۱ یازده منطقه آزاد ایجاد شد. در فاصله سالهای ۱۹۷۱ تا ۱۹۷۵ تعداد این منطقه‌ها به بیست وسه منطقه افزایش یافت. در فاصله سالهای ۱۹۷۶ تا ۱۹۷۸ بیست و یک منطقه دیگر ایجاد شد. از سال ۱۹۸۰ تاکنون درسراسر جهان نزدیک به بیش از ۵۰۰ منطقه آزاد در آمریکای شمالی، کارائیب، آمریکای لاتین، افریقا، اروپا، آسیا و اقیانوسیه ایجاد شده است. بهترین نمونه‌های "منطقه‌های پردازش صادرات" که توانسته‌اند با کوشش ملی در راه صادرات پیروز شوند، کلاً در ممالک آسیای جنوب شرقی، در کره جنوبی، تایوان، سنگاپور وهنگ‌کنگ ایجاد شده‌اند.

پایه واساس یک "منطقه پردازش صادرات" عبارتست از در نظرگرفتن یک منطقه محدود جغرافیائی که درداخل آن تمام آن چه مربوط به تولید کالا به‌منظور صادرات است، از آزادی واردات و معافیت حقوق وعوارض گمرکی و مالیاتی برخوردار باشد و از نظر امور مالی هم برتریهای ویژه‌ای در آن وجود داشته باشد. مانند:

– معافیت حقوق گمرکی برای صادرات

– معافیت از مالیات و عوارض محلی

– معافیت نسبی یا کامل، موقتی یا قطعی مالیات برمنافع شرکت‌ها ودرآمدهای کارکنان خارجی

– معافیت از کنترل مبادله ارز

– تأمین اعتبار با نرخهای ترجیحی و...

افزون‌براین منطقه بایستی از بهترین زیربنا وامکانات کار برخوردار باشد و از نظر شرایط و مقررات کار نیز کاملاً آزاد باشد.

البته تعریف فوق شامل کلیه موارد ممکن در منطقه‌های آزاد نمی‌شود. مثلاً در برخی از منطقه‌های آزاد نظیر برزیل، کلمبی، مصر و سنگال اصل ممنوعیت مصرف کالای تولیدی در درون کشور موردتوجه قرار نمی‌گیرد. در کشورهای آسیائی این‌گونه مصارف سهمیه‌بندی شده و تابع مقررات ویژه است. با اینکه اصولاً اصل موقعیت جغرافیائی محدود و مورد توجه نیست. در مکزیک تشکیلاتی که "ماکی لادور" (Maquiladora) نام دارد وبه شرکتهای دست دوم این امتیاز را می‌دهد که در آنها کارخانه از برتریهای مالی ومالیاتی برخوردار باشند.

موفقیت منطقه‌های پردازش صادرات در جلب سرمایه‌های خارجی با میزان برتری‌ها، زمینه‌های خوب کار، دستمزدهای پائین نیروی کارو... ارتباط مستقیم دارد. از میان برتری‌ها و زمینه‌های یادشده، برتری‌های مالی و مالیاتی به نسبت پائین بودن دستمزد و دست‌وپا گیر نبودن

قوانین کار در درجه دوم اهمیت قرار دارند.

منطقه آزاد شرکت‌ها (Entertprese zones)

"منطقه آزاد" یا "منطقه کار و پیشه" در مقایسه با "منطقه‌های پردازش صادرات" از این تفاوت برخوردارند که هدف اصلی آنها ایجاد کار است. این شرکت‌ها با توجه به مجموعه سیاست اشتغال که در کشورهای غربی وجود دارد. برای تکمیل کار خود در مناطقی ویژه مستقر می‌شوند.

این که کدام شرکت در کدام کشور فعالیت کند بستگی دارد به کشور میزبان. در انگلستان و آمریکا این شرکت‌ها در "منطقه شرکت‌ها" و یا "منطقه مقررات ویژه" مستقر می‌شوند درحالی که محل فعالیت آنان در بلژیک "بخش کار آزاد"، در فرانسه نیز در "منطقه شرکت‌ها" مستقر و متمرکز است. به‌نظر می‌رسد نام‌های گوناگونی که به محل کار این شرکت‌ها داده می‌شود این فکر را ایجاد می‌کند که منطقه‌های شرکت‌ها دارای چندین نوع است، درحالی که تنها با یک اصل واحد روبه‌رو هستیم ولی در هر کشوری به نام ویژه‌ای نام‌گذاری شده است.

"منطقه آزاد شرکت‌ها" در داخل هر کشوری که باشد، یک بخش جغرافیائی ویژه است که در درون آن کلیه فعالیت‌های شرکت‌ها از برتری‌های گوناگون مالیاتی بهره می‌گیرند و مقررات مالی و اداری حاکم برآنان دست و پاگیر نیست، به ویژه این‌که از کمک‌های مالی ویژه نیز برخوردار می‌شوند.

معمولاً نظریه ایجاد "منطقه آزاد شرکتها" در بخش‌های عقب مانده شهرها را به‌منظور راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی به پروفسور "پیترهال" (Peter Hall) استاد دانشگاه "ریدینگ" انگلستان نسبت می‌دهند. پذیرش ایجاد این منطقه‌ها در انگلستان براساس قانونی انجام پذیرفت که در نوامبر ۱۹۸۰ باهدف عمران منطقه تصویب شد وایجاد "منطقه‌های آزاد شرکت‌ها" را مجاز شمرد.

برتری‌های مالیاتی که این شرکت‌ها را دربر می‌گیرند عبارتند از معافیت ده ساله سرزمین آماده ساختمان و نیز مالیات‌های گوناگون محلی نظیر مالیات مشاغل، مالیات بر املاک صنعتی و بازرگانی و همچنین مالیات‌بر سرمایه‌گذاریهای ساختمانی. علاوه براین باید از ایجاد تسهیلات و آسان‌سازی مقررات گوناگون به ویژه شهرسازی نیز نام برد. در سال ۱۹۸۱ و سپس طی سالهای ۱۹۸۳ و ۱۹۸۴ دو موج ایجاد و استقرار شرکت به وجود آمد و جمعاً در ۲۷ منطقه ۲۰۱۸ شرکت آغاز به کار کردند و بدین‌سان ۴۸۱۰۰ شغل جدید ایجاد شد.

در ایالات متحده آمریکا براساس همین اندیشه فعالیت‌های مشابهی انجام پذیرفت. ابتدا یک اقتصاددان موضوع را مطرح کرد و سپس یک سیاستمدار کار را به مرحله اجرا در آورد. باید یادآور شد که هرچند این برنامه‌ها به وسیله ایالت‌ها تصویب می‌شد ولی گه‌گاه مخالفت حکومت فدرال را بر می‌انگیخت. در آوریل ۱۹۸۵ بیست و پنج ایالت یک قانون به نام قانون "مناطق شرکت‌ها" را تصویب کردند و در ۱۲۵۰ محل منطقه مقررات ویژه ایجاد کردند. البته برتری‌های مالیاتی و سبک کردن بار مقررات باتوجه به منطقه‌های موردنظر گوناگون و متفاوت از یکدیگر می‌باشد. این برتری‌ها با برخی اقدامات تشویقی نظیر قبول هزینه تشکیل دوره‌های کارآموزی برای کارگران و وجود تاسیسات مدرن زیربنائی و اعطای وام تکمیل می‌شوند. برعکس برای این که منطقه‌ای برای بهره‌مندی از این شرایط ویژه انتخاب شود باید شرایط محدود و ویژه‌ای داشته باشد. این شرایط بیشتر در سطح نسبتاً بالای بیکاری خلاصه می‌شوند. در ایالات متحده حدود ۷۵ درصد "منطقه شرکتها" در چهار ایالت، به این‌صورت ایجاد شده‌اند. در لوئیزیانا ۶۲۰ منطقه، در آلاسکا ۲۲۰ منطقه در فلوریدا ۱۳۶ منطقه، در کانزاس ۷۵ منطقه و... (در اکتبر ۱۹۸۶ تعداد مناطق شرکتها در ایالات متحده ۱۴۲۰ منطقه بوده است).

در شهر برلن هم منطقه‌ای با همین ویژگیها وجود دارد که در آن کاهش مالیات برفروش و برقراری یک نرخ ترجیحی برمالیات شرکت‌ها برقرار شده است.

از سال ۱۹۸۳ در بلژیک ده منطقه از نوع مناطق شرکتها با عنوان "مناطق اشتغال به کار آزاد" ایجاد شده است.

در فرانسه در قطب‌های تولیدی استان "لورن" تسهیلات یادشده به میزان بسیارکمی ایجاد شده است. اما همه‌ی این منطقه‌ها منتظر ماندند تا براساس مصوبه ۱۸ اکتبر ۱۹۸۶ اجازه تشکیل سه منطقه را برای فعالیت شرکت‌ها در نزدیکی کارگاه کشتی‌سازی "سین" (SeYne)، "سیوتا" (Ciotat)، "دانکرک" (Danquerke) صادر شد. هرکدام از این منطقه‌ها بیش از ۳۰۰ هکتار مساحت ندارند. هدف این منطقه‌ها آنست که بخشی از نیروی کار منطقه که پس از دگرگونیهای بسیار بیکار شده‌اند دوباره به کار گرفته شوند.

شرکت‌هائی که در این منطقه‌ها مستقر شوند، غیر از کمک‌هائی که به عنوان‌های گوناگون دریافت خواهند داشت به مدت ده سال از معافیت کامل مالیات بر شرکت‌ها و نیز از تسهیلات اداری ویژه برخوردار خواهند بود.

"منطقه‌های شرکت‌ها" که در واقع به خاطر امتیازات ناشی از وجود شرکت‌ها در این منطقه‌ها انتخاب شده‌اند بی‌شباهت به منطقه‌های آزاد نیستند. البته برخی به‌عنوان منطقه آزاد فعالیت شرکت‌ها نیز خوانده می‌شوند که با بهره‌مندی از اعتبارات دولتی ایجاد می‌شوند و در واقع نوع دیگری از سیاست دولت برای عمران یک منطقه است. تأثیر نیکوی آنان بستگی به قابلیت تشویق و انتخاب شرکت‌هائی دارد که در آنجا مستقر می‌شوند و رشد می‌کنند. بنابراین، این منطقه‌ها آماده جذب و پذیرش سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جویای کار برای اجرای برنامه‌هایشان می‌باشند. در شهرهای "ردون" (Redon)، "لونگوی" (LongwY)، "ژنه ویلیه" (Gene villiers) و... نیز مناطق فعالیت آزاد شرکت‌ها ایجاد شده است. البته باید توجه داشت که همواره جریان مخالف این نظر نیز در فرانسه وجود داشته است. تجربه بریتانیا در جهتی گرایش دارد که نشان دهد این منطقه‌ها مسائلی را هم مطرح می‌سازند که به سادگی قابل تشخیص است.

"ایجاد منطقه‌های آزاد شرکت‌ها" مستلزم صرف هزینه هنگفت است و هنوزروشن نیست که آیا کاهش اعتبارات دولتی جبران از دست دادن درآمد مالیاتی را می‌کند یا نه؟

- مناطق فعالیت شرکت‌ها در زمینه رقابت بین شرکت‌ها نوعی عدم تعادل ایجاد می‌کند. در واقع شرکت‌هائی که درنزدیکی این مناطق فعالیت مشابه دارند دچار مسئله می‌شوند.

- اعلام ایجاد این‌گونه مناطق برای شرکت‌های فعال در اطراف آن منطقه اثراتی برجای می‌گذارد که موجب عدم تعادل اقتصادی می‌شود. این خبر موجب می‌شود که شرکت‌های فعال در اطراف آن منطقه به سوی این مرکز روی آورند و در نتیجه با روی‌آوری شرکت‌ها به این منطقه، منطقه‌های دیگر خالی خواهد شد.

البته موارد سه گانه‌ای که فوقاً به آنها اشاره شد به هیچ‌وجه به این دلیل نیست که بخواهیم روش جدید سیاست عمرانی رشد یک منطقه را محکوم کنیم. بلکه منظور آنست که در مورد ایجاد این‌گونه منطقه‌ها و به‌طور کلی منطقه‌های آزاد بایستی همواره بررسی همه جانبه‌ای انجام داد و براساس آن اقدام کرد. شاید به همین دلیل باشد که هنوز در فرانسه و انگلستان و یا آلمان و دیگر ممالک پیشرفته ایجاد منطقه آزاد تابع قوانین و مقررات بسیار دقیق است.

پردیس‌های مالی - بانکی

پردیس‌های مالی - بانکی از جمله منطقه‌های آزاد

محسوبند که تاریخی بس کهن دارند. این منطقه‌ها ممالک کوچک یا دولت شهرهائی هستند مانند : موناکو، لیشتن اشتاین، آندور، مالت، جبل الطارق و جزیره مان و.... در اروپا. اما در حوزه دریای کارائیب به مراتب بیش از این مناطق یعنی پردیس‌های مالی - بانکی وجود دارد مانند: آنتیل هلند، آنتیل فرانسه، کوستاریکا، باهاما ، و... که کلاً مراکز جهانگردی می‌باشند و سرمایه صاحب سرمایه علاوه‌بر برخورداری از معافیت‌های مالیاتی از تسهیلات ویژه‌ای برخوردار است. اما از آنجا که این منطقه‌ها در خانواده‌های سه گانه فوق نمی‌گنجند لذا از گفتگو در باره آنها که نوعی از سرزمین‌های آزادند در می‌گذریم.

اطلاعیه

توزیع نشریات و بروشورهای شما از طریق نشریات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

به منظور ارائه خدمات جدید به جامعه صنعتی، بازرگانی و اقتصادی کشور از طریق نشریات اتاق ایران شامل «نامهٔ اتاق بازرگانی» (ماهنامهٔ فارسی)، «فصلنامه ایران کامرس Iran Commerce» (نشریهٔ سه ماههٔ به زبان انگلیسی) که در سطح کشور و در محافل اقتصادی و بازرگانی سراسر جهان توزیع می‌شوند، روابط عمومی آمادگی خود را برای توزیع بروشورهای تبلیغاتی مربوط به معرفی فرآورده‌های شما را همراه با نشریات مذکور اعلام می‌دارد. به این ترتیب بروشورها و نشریات تبلیغاتی شما به صورت جهانی و فراگیر همراه با نشریاتی که در سراسر جهان خواننده دارد، توزیع می‌شود.

به منظور مساعدت به خوانندگان (اعم از اعضای اتاق و غیراعضاء هزینهٔ توزیع به شکل مذکور معادل هزینه‌های آگهی در نشریات مورد بحث در نظر گرفته شده‌است.

بدیهی است خوانندگان گرامی توجه خواهند فرمود نشریات تبلیغاتی و بروشورهایی به این ترتیب توزیع خواهدشد که از نظر انتشاراتی منطبق با موازین آگهی‌هایی که مجله براساس قانون مطبوعات اجازهٔ انتشار آنها را دارد، باشد.

برای کسب اطلاع بیشتر با تلفن شماره ۸۳۸۳۳۳ و فاکس شماره ۸۸۲۵۱۱۱ تماس حاصل فرمائید.

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

اطلاعیهٔ

قابل توجه متقاضیان محترم کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

با تشکر از استقبال بی‌سابقهٔ شما برای دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق، اشعار میدارد که متاسفانه اخیراً مشاهده می‌شود تعدادی مؤسسه غیررسمی و افراد خاصی با انتشار آگهی در روزنامه‌های یومیه به خلاف خود را بعنوان کارگزار دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق معرفی مینمایند.

بنابراین بدینوسیله به اطلاع کلیهٔ مسئولین محترم شرکتها و مؤسسات بازرگانی، صنعتی، معدنی، خدماتی کشور میرساند:

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران "خانهٔ" عاملین محترم اقتصادی کشور است و حضور آنان و یا کارکنان رسمی تابعه در اتاق موجب مسرت خاطر مسئولین و کارکنان اتاق میباشد و از آنجا که واگذاری دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق بدین شکل به مؤسسات و اشخاص غیررسمی خلاف بوده و نیز برای متقاضیان محترم موجب انجام هزینه‌های زائد میشود. اتاق با ایجاد تسهیلات لازم آماده است صدور کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق را در اسرع وقت و بدون هرگونه مانعی طبق ضوابط سهل صادر نماید و از پذیرفتن نمایندگی‌های غیررسمی معذور میباشد.

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

کمکهای توسعه و کشورهای رو به توسعه

دربارهٔ :"آخرین کار" فرانتس آلتهایم"

فرانتس آلتهایم، (۱) استاد تاریخ دانشگاه برلن، متفکرو تاریخ شناس بزرگ آلمان، بی تردید از برجسته ترین چهره‌های دانشهای انسانی و یکی از سرشناس ترین صاحبنظران تاریخ باستان درسده‌ی کنونی می باشد که متأسفانه تاکنون تنها دو کار وی به نام " آسیادر برابراروپا" واخیرا" آخرین اثر وی به نام "کمکهای توسعه..." به فارسی ترجمه شده است.

آخرین کار آلتهایم پیرامون دوران باستان "یا" امپراتوریهای بزرگ و همسایگان آنها" (۲) در سال ۱۹۶۳، آغاز نخستین دهه‌ای که از سوی سازمان ملل متحد به عنوان دهه‌ی توسعه اعلام شد، انتشار یافت.

این کار آلتهایم در دو بخش و هر بخش از چند گفتار ترکیب شده است. آلتهایم در بخش نخست کار خود می‌گوید: همان‌گونه که انسانهای دارا و ندار وجود دارند، کشورهای داراوندارنیز وجوددارند."وی لزوم دستگیری از ندارها را دستوری می داند که در هر کیش یا کتاب اخلاق مورد تاکید است. سپس ادامه می دهد که : "به ندرت دیده شده‌است این کمک‌ها و دستگیری ها بدون چشم داشت انجام پذیرفته باشد. لذاروشن است که سرپوش نهادن برآن هم کار آسانی نیست." آلتهایم براین باوراست که :" آنکه می بخشد، همواره درصدد کسب مزایای مشخصی برای خود مانند: گسترش امکانات صادرات، افزایش نفوذ سیاسی ، اقتصادی و جزاینهامی باشد."اما کمک گیرنده هم از آنچه نصیبش می‌شود نگرانیهائی دارد. به همین دلیل نمایندگان کشورهای درحال توسعه همگی موکدا" اظهار می‌دارند درصورتی پذیرای کمک خواهند بود که‌این کمک‌ها کمکهائی بدون قید و شرط باشد. در حالی که درعمل آشکاراعکس‌آن ثابت شده است، زیرا دریافت کمک‌های اقتصادی ، وابستگی‌های سیاسی بیشتری رابه دنبال داشته و دارد. دراین مورد آلتهایم توصیه می کند" اصلح آنست که کشورهای در حال توسعه تنها ازیک سو کمک نگیرند بلکه کمک مورد نیاز را ازچند یا دست کم از دو کشور که از لحاظ سیاسی هم سنگ می‌باشند دریافت کنند".

وی سپس اشاره می‌کند "بکارگیری این روش سبب بروز سیاستی غیرثابت و رقیب تراش خواهد شد، روشی که آنرا سیاست حفظ تعادل می‌نامند. آلتهایم تاکید می‌کند که:"باید از وابستگی یک جانبه پرهیز کرد و دست کمک خواهی به سوی دو یا چند کمک دهنده دراز کرد و آنها رابه رقابت با یکدیگر واداشت. البته این موضوعی است که خود به خود پیش خواهد آمد و مزایای آن نیز به سود کشورهای درحال توسعه خواهد بود. دراین صورت ممکن است کشورهای کمک دهنده برای آنکه بتوانند در صحنه باقی بمانند مجبور شوند به بهای ویرانی اقتصاد خود پیوسته کمک های جدید و بیشتری عرضه کنند، تا جائی که سرانجام کار به نتیجه‌ای خنده‌آور منجرشود و کشورهای کمک دهنده که اقتصاد شکوفا تری از کشورهای کمک گیرنده دارند، خود فدای این کمک دهی شوندو..."

آلتهایم براین باور است که : وام‌ها یا کمک‌های بلاعوض وکمک‌های فنی مورد ارائه که یک دولت بی توجه به دولت دیگری به کشورهای روبه توسعه عنوان و عرضه می‌کند، چنانچه عملی هم شود اقدامی بی‌نتیجه است، مگر آنکه رقابتی از همان نوع که اشاره شد برقرار شود، دراین صورت است که کشور از توسعه مانده که پیش از این به عنوان یک مزاحم تلقی می‌شد درکانونی قرار می گیرد که برای آن سرودست خواهند شکست و دولتهای رقیب که تاکنون درسیاست خارجی، تبلیغاتی، فرهنگی، ... و به هرحال در تمام مراحل جنگ سرد و گرم بایکدیگردر منازعه بودند،این منازعه رابه زمینه‌های فنی نیز خواهند کشاند وشدت رقابت آنها به جائی خواهد رسید که به صورت اتحادیه‌ها و بلوکهای قدرت با یکدیگر به رقابت برخواهند خاست، چنانکه اکنون شاهد آن هستیم. به هرحال روشن است که ازبین بردن تضادهای اجتماعی - اقتصادی که درآغاز کارهدف اصلی بود بدین سان نه تنها کاهش نمی‌یابد بلکه افزایش یافته، نتیجه معکوس خواهد داد. زیرا این کمک‌های نقدی تنها به صورت رشوه‌های آشکار و پنهان نصیب سردمداران و دولتمردان کشورهای در حال توسعه شده، به جیب گروه خاصی سرازیر خواهد شد. " وی سپس یادآور می شود که:" تنها سنگینی باراین کمک ها نیست که بردوش کشورهای کمک دهنده فشار می‌آورد بلکه این جزئی از آنست، زیرا برنامه‌های تسلیحاتی این کشورها که بخش عمده مالیاتها را می بلعد از آن جهت غیرقابل تحمل است که کمک‌های بلاعوض نیزبرآن بارمی‌شود، رویدادی که درهرحال دیگر قابل تحمل نیست".

آلتهایم درنهایت ازاین بررسی نتیجه می‌گیرد که نه کمک‌های بلاعوض مادی و نه کمک‌های معنوی هیچ کدام نتیجه بخش نیستند، زیرا به هرحال کمک گیرنده رفته‌رفته تبدیل به باجگیر خواهد شد و چنانچه قرارباشد پدیده‌های مشابهی‌ازتاریخ باستان تکرارشود، اکنون در ابتدای مسیری قرار داریم که طی آن شاهد وقایع شگفت‌انگیزی خواهیم بود."

سپس آلتهایم برای رهائی کشورهای پیش رفته ازاین بارهای انباشته برهم و دامی که درآن گرفتار شده‌اند، توصیه می کند:" کشورهای پیش رفته‌بایستی به اقدام تازه‌ای دست بزنند، زیرا همان‌گونه که آنها می توانند کارخانه‌های معجزه آسا برپا کنند، بی تردید توان آنرا خواهند داشت که با استفاده از روشهای علمی، عقاید و نظراتی به دنیا و جریانات آن عرضه کنند و درصورت لزوم آنها راتوجیه و ثابت کنند که قدرت گمراه‌کننده آنها از تمام آنچه تاکنون درعمل مورد استفاده بوده به مراتب بیشتر خواهد بود". وی می گوید:

" ایدئولوژی سیاسی ابزاری است که بی تردید بر خلاف کمک‌های اقتصادی باموفقیت بیشتری همراه‌خواهدبود زیرا می‌تواند راههای مقابله برای رهائی از تمام

رنجهاواندوه هائی راکه طی کمک‌های اقتصادی و فنی ایجاد شده ارائه دهد." وی ادامه می دهد که:" هر دو بلوک قدرت، ایدئولوژی ویژه خود را دارند. این ایدئولوژیها به قدری به یکدیگر نزدیکند که کاربردآنها گاهی مورد تأمل قرار می‌گیرد. به‌طور نمونه اصطلاحات آزادی، انسانیت، دموکراسی، برابری، برادری و دوستی را هر دو طرف با گشاده دستی عنوان و استدلال می کنند اما به سختی می‌توان معانی متفاوتی راکه هر یک از برچسب ها برای این اصطلاحات قائلند روشن ساخت."

به باور آلتهایم، ساختن و پرداختن ایدئولوژی به این سادگی هم که می‌گویند یا به نظر می‌رسد نیست. مثلاً کافی نیست عده‌ای افراد و یا مردمان فعال گردهم آیند و به تدوین یک ایدئولوژی به پردازند. یک ایدئولوژی باید قدرت و اعتبار داشته باشد، وزین باشد، عمری ازآن گذشته باشد و بدین ترتیب رسالتی یافته باشد. وی ایدئولوژیهای دینی و ملی را ازاین نوع می داند و اضافه می کند که:" این ایدئولوژیها برای آنکه جنبه علمی داشته باشند باید حتماً نام اندیشمندی شهیر و مورد قبول عامه‌ی مردم برآن حک شود وافزون براین مولود مغز متفکر یک نابغه باشد."

آلتهایم بخش نخست این کار خود راکه در ۳۶ صفحه عرضه شده بدین سان به پایان می برد:

" آنچه گفته شد مربوط به زمان حال است، امااین مسائل به هیچ وجه محدود به زمان معینی نیست زیرا درصورت فراهم بودن زمینه، درهر حال و درهر شرایطی می تواند به وقوع پیوندد. از جمله این شرایط اختلاف سطح فرهنگی و اقتصادی است که البته به تنهائی بی معناست و در همه جا وجود دارد. مهم آنست که اولاً دو قدرت مخالف وجود داشته باشد. در ثانی این دو قدرت دربرابر یکدیگر قرارگرفته و مدام درحال تشکیل بلوک قدرت باشند و این رقابت‌ها به درگیری سیاسی و نظامی محدود نشود، بلکه کار را به زمینه‌های اقتصادی و ایدئولوژیکی هم بکشانند. چنین وضعی در اواخردوران باستان یعنی بین دوران قدیم و قرون وسطی میان دو دولت روم وبعدها روم شرقی و بیزانس از یکسو و ایران دوران باستان از سوی دیگر، وجود داشت که بهترین مثال برای این ادعاست." وی سپس به مرزهای نامرئی دولت روم درخط کمربندی کشورهای مورد حمایت روم که کمک دریافت می کردند و در مقابل متعهد به پیروی از روم بودند اشاره می کند. خطی که مرزهای واقعی را تا کرانهٔ رودهای رن، دانوب و فرات پیش می‌برد و سرزمین اصلی فرمانروائی رومیها را احاطه می‌کرد آلتهایم می گوید:

" به آسانی می توان نشان داد که ایرانیان نیزنظام مشابهی داشتندو در سرزمین های مورد حمایت آنها تعداد به مراتب بیشتری ملت و کشورهای توسعه نیافته وجود داشت. مللی ازآن دوران تاریخ که همواره نیازمند پول بودند و چشم طمع به گنجینه‌های دولت‌های بزرگ داشتند. توده‌های ناخوشایند و مدام درحرکت (مانند، ژرمن ها، اسلاوها، هون ها، هپتالها و عشایر شترسوار و قبایل کرانه‌های نیل ازرق و دریاچه تانا و اعراب بدوی و صحرانشین شبه جزیره حجاز)".

بخش دوم کتاب شامل چند گفتارپربارتاریخی‌است که با حبشه آغاز می‌شود. و بررسی تاریخی دقیق ومنجزی ازباجگیری این توده‌های ناخوشایند از حکومت‌های بزرگ و به بیانی دو قدرت بزرگ زمان است. بررسی جامع و فشرده‌ای از رویدادهای تاریخی ازگاه باستان تا فروپاشی ایران ساسانی که وی به عنوان دلائلی تاریخی برای اثبات تلقی خود از کمک های توسعه به کشورهای درحال پیشرفت ارائه داده است.

به نظر می رسد برداشت آلتهایم ازمسائل و مناسبات بین المللی ، برداشتی بظاهر بشردوستانه و بی طرف است . امادرهرحال رهنمود جدیدیست به گردانندگان کنونی سیاستهای جهانی، بویژه کشورهای پیشرفته صنعتی با هدف حفظ واستمرارسلطه‌آنان برکشورهاوملت‌های جهان سوم اعم ازعقب مانده یا کمتر پیش‌رفته. درواقع الگوئی نوین برای ادارهٔامورجهان مبتنی برتجربه‌های به دست آمده از رویدادهای تاریخی ازگاه باستان تافروپاشی حکومت‌های روم، بیزانس و ایران ساسانی است .

با توجه به تاریخ انتشاراین‌اثربه نظر می رسد بایدبدون هرگونه مقدمه چینی یادآورشویم که مهمترین وقایعی که بعد از پایان جنگ جهانی دوم تا سال تألیف این کتاب درجهان روی داده، دو واقعه فوق العادهمهم بوده است که به جرئت می توان آنها رااساس کلیه تغییراتی دانست که در سالهای بعد از آن در مناسبات بین المللی به وقوع پیوسته است. این دو واقعه یکی تشکیل سازمان ملل متحد ودیگری تشکیل سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) بوده است. وقایعی که چهره جهان را دگرگون ساخته و انگیزه اصلی خلق این اثر بوده است.

اکنون چنانچه پذیرای این واقعیت باشیم که عمده ترین پی آمد جنگ جهانی دوم، آغاز ملموس حرکت پایان بخش سروری بی چون و چرای چند صد ساله استعمار کهن بر ملل ومستعمرات آنها بوده است، باید پذیرای این واقعیت نیز باشیم که " تعهد و الزام انگلستان به پذیرش و شناسائی حقوق مسلم ملل در تعیین سرنوشت خودشان، آنهم در بحبوحه‌ی جنگ جهانی دوم، پیش درآمد این حرکت و تشکیل سازمان ملل متحد نخستین گام درراه آزادی و استقلال مستعمرات و ملل تحت ستم بوده است".

با مروری درتاریخ ملاحظه می‌شودکه در سال ۱۹۴۵ هنگامی که سازمان ملل تشکیل شد وظائف آن در دو کلمه " تامین صلح" خلاصه می شد که البته هنوز هم به جای خودباقی است. امادرخور توجه است که این سازمان با وجود مشخص بودن وظیفه‌اش ، درآزادی و به استقلال رسیدن مستعمرات ، تقویت روحی آنان و بالاخره رشد اجتماعی آنهانقش اساسی و غیرقال انکار داشته است.

از جمله تحولاتی که درسالهای بعد از تشکیل سازمان ملل به وقوع پیوست اینکه با به استقلال و تشخص رسیدن مستعمرات و سایر کشورهای جهان سوم اکنون بیشتر اعضای سازمان ملل متحد راکشورهائی تشکیل می‌دهند که هنگام امضای میثاق این سازمان، مستعمره دول غربی بودند و به استقلال رسیدن آنها نه پیش از جنگ جهانی دوم ونه بعد از خاتمه آن،برای هیچ اروپائی مطرح نبود. حتی زمانی هم که پرچمهای استقلال آنها بالا می رفت، آنراچندان جدی تلقی نمی‌کردند. اما با گذشت چند دهه در مناسبات کشورهای پیش رفته و جهان سوم تغییراتی اساسی آشکار شد که حاصل به دست آوردن اکثریت قاطع آرا در سازمان ملل بود.(۳)

نکته درخور توجه دیگر اینکه پیش از تشکیل سازمان ملل رهبران کشورهای جهان سوم براین باور بودند که تنها راه بهبود وضع آنها تقلید از غرب است. اما پس از تاسیس سازمان ملل و قرار گرفتن کشورهای جهان سوم در مسیر رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی که به صورت وظیفه مسلم عمومی درآمد، مردمان این کشورها نیز اساس کارخود را برتهیه حسابهای درآمد ملی و سرانه قراردادند و به عقیده استعمارگران پیشین جسارت آنرا یافتند که خواهان تشخیص منافع خود باشند و لذا برای به دست آوردن آن پافشاری کنند. پیشرفت این کشورها درمسائل و مناسبات بین المللی آنها را نسبت به توانائیها وامکانا نشان بویژه در همکاری بایکدیکر هشیار ساخت.

اما دومین رویداد اینکه در سال ۱۹۶۰ پنج کشورایران، عراق، عربستان سعودی، کویت و ونزوئلا برای به دست گرفتن اختیار تصمیم‌گیری درباره منابع نفتی خود سازمانی به نام " سازمان کشورهای صادرکننده نفت" که مخفف انگلیسی آن " اوپک" OPEC است تشکیل دادند. و

کشورهای دیگری نیز به آن پیوستند. خریداران و کشورهای مصرف کننده نفت با آنکه درآغازاین سازمان را چندان جدی نمی گرفتند، اما از همان آغاز تشکیل این سازمان با آن به مخالفت برخاستند. با وجود این کشورهای "اوپک" درسال ۱۹۷۳ موفق شدند حاکمیت مطلق خودرا بر منابع نفتی خود به دست آورند و اتخاذ تصمیم درباره تعیین میزان عرضه و بهای فرآوردههای نفتی را مستقیماً به عهده گیرند. ازاین زمان به بعد کشورهای بزرگ صنعتی به طور جدی برای حل آنچه بر آن بحران نفت نام نهاده بودند جنگ سیاسی - اقتصادی و روانی برپا کردند. آنها از آن بیم داشتند که اقدام اوپک برای سایر تولیدکنندگان مواد خام و اولیه جهان سوم سرمشق شود (بویژه آنکه بیشتر کشورهای جهان سوم نیز که خود از گران شدن قیمت نفت زیان می دیدند با کشورهای عضو اوپک هم صدا شده بودند) البته همینطور هم شد، چنانکه دیدیم شیلی ، زئیر، مکزیک و زامبیا که تولیدکنندگان مس بودند، شورای کشورهای صادرکننده مس را تشکیل دادند و کشورهای صادرکننده سنگ آهن نیز سازمان دیگری تاسیس کردند که الجزایر، استرالیا، برزیل، شیلی، هند، موریتانی، سیرالئون، سوئد و ونزوئلا درآن عضویت داشتند.تعداد دیگری از کشورهای دارای سایر انواع مواد خام نیز در تدارک سازمانهائی مشابه برآمدند و در کنفرانس همکاری کشورهای درحال توسعه که با ابتکار گروه ۷۷که در آن زمان ۱۱۷کشور درآن عضویت داشتند و در ۱۴ سپتامبر ۱۹۷۶ در پایتخت مکزیک تشکیل شد پیشنهاد ایجاد سازمان تولیدکنندگان مواد خام مورد پشتیبانی بیشتر نمایندگان قرار گرفت. هدف از این پیشنهاد که قبلاً نیز در کنفرانس کشورهای غیر متعهد عنوان شده بود حمایت از منافع صادرکنندگان مواد خام بود.

کشورهای جهان سوم برآن بودند که بتوانند بهای مواد خام خود را تا جائی بالا ببرند که با ترقی بهای فرآوردههای صنعتی که برای توسعه اقتصادی خود ملزم به خرید آن بودند برابری کند و بدین سان با مشارکت موثر در تقسیم کاربین المللی توزیع عادلانه تر ثروت در جهان تامین شود.

درهر حال به نظر می رسد که کشورهای جهان سوم رفته رفته به چنان قدرتی دست یافتند که آثار آنرا در کلیه فعالیتهای بین المللی دیدیم. لازم به یادآوری است که دست یابی جهان سوم به این قدرت بیشتر مدیون کشورهای تولیدکننده نفت و به بیان دیگر سازمان اوپک بود. لذا توفیق کشورهای صادرکننده نفت اتخاذ یک سیاست مستقل نسبت به تعیین میزان و بهای مواد نفتی و قبولاندن این سیاست به کشورهای پیشرفته صنعتی واردکننده نفت راباید سرآغاز تازهای درتاریخ روابط بین المللی دانست. تفاوت بین دنیای پیش ازاین تاریخ وبعد از آن دراین نیست که بهای مواد نفتی بالا رفت، بلکه اساس تفاوت دراین است که سرنوشت کشورهای پیشرفته صنعتی به عواملی وابسته شد که دیگر به طور کامل در اختیار آنها نبود.(۳)بنابراین اگر تشکیل سازمان ملل را نخستین حرکت درجهت دگرگونی مناسبات بین المللی بدانیم، باید تشکیل اوپک و توفیق این سازمان درسالهای ۷۳ و ۷۴ دربه دست گیری اختیار کامل تعیین میزان عرضه وبهای مواد نفتی را سرآغاز فصلی نوین و نقطه عطفی در تاریخ دگرگونی مناسبات بین المللی و به بیان سادهتر تعدیل نسبی توزیع ثروت درجهان دانست. واقعیتی که به نظر می رسد هیچ یکازکشورهای تولیدکننده نفت نتوانستند برای دراز مدت از آن بهرهمند شوند و بهرحال بحثی جداگانه را می طلبد که از حوصله این نوشته کوتاه خارج است.

1- Franz Altheim

2- " Entwicklungshilfe im Altertum "oder" Die Grosse Reichen Und deren nachbaren

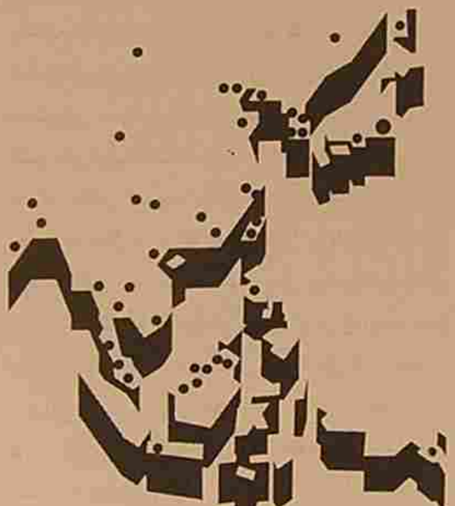
۳- برگرفته از سخنرانی دکتر تقینصر در دانشکده ارتباطات اجتماعی سال ۱۳۵۳.

از انتشارات مرکز آموزش انقلاب اسلامی

ترجمه دکترامیرهوشنگ امینی

رقابت برای جلب سرمایه در آسیای جنوب شرقی

کشورهائی که موفق به تأسیس بازار سرمایه کارآمد نشوند، در مسابقهٔ رفاه و رونق از دیگران عقب می‌افتند



ترجمه ونگارش : فریده تذهیبی

طی پنج سال گذشته سرمایه‌گذاری در آسیا رونق یافته و تقاضای این منطقه نیز برای جلب سرمایه همچنان درحال افزایش است.به‌نحوی‌که عرضه کنندگان سرمایه در بازاری با حق انتخاب زیاد قرار گرفته‌اند. کشورهای آسیائی نیز باوقوف به رقابت جدی برای جلب سرمایه هریک برای اصلاح شرایط وجذابیت بیشتر کشور خود کوشش می‌نمایند.

سرمایه گذاران درحالی‌که برای سرمایه گذاری به اطراف واکناف آسیا نظر می‌اندازند،باپرسشهای بسیاری نیز مواجه می‌شوند. نیاز یک سرمایه‌گذاراین است که بداند چقدر راحت می تواند سرمایه خود را به کشوری وارد کرده و از آنجا خارج نماید. از طرف دیگر آنچه یک سرمایه‌گذار باید بدان توجه کند دسترسی به بازار،قابلیت تبدیل پول،ثبات مالی وسیاسی ، جوقانونگذاری ومقرراتی، شفافیت روشهای تجارت،قابلیت اطمینان ومیزان ثروت طرفهای محلی است. سرمایه‌گذاران باید فریبندگی بازارهای عظیم دوکشور چین وهندوستان را(که روی‌هم رفته ۴۰٪ جمعیت دنیا راتشکیل می‌دهند) در مقابل اطمینان نسبی کشورهای ثروتمندتر و توسعه یافته‌تر آسیای جنوب شرقی مقایسه کنند.

جریان باد از کدام طرف است؟

در بازارهای آسیا می‌گویند اگر می‌خواهید بدانید جریان موافق کدام طرف است صمیمات واقدامات آقای Gordonwu رابه بینید. شرکت آقای wuیعنی Hopewell Holdings، اولین پروژه خصوصی انرژی را درفیلیپین وچین به پایان رساند. در سپتامبر سال ۱۹۹۳نیز پروژه‌ای به مبلغ ۱/۲ میلیارددلار برای جاده‌سازی با دریافت عوارض جاده‌ای ، در قسمت جنوبی چین توسط شرکت مذکور انجام شد. شاید Hopewell اولین شرکتی باشد که کارمشکل طرح ساختمان ترانزیت بانکوک رانیز به پایان برساند. سابقهٔ این شرکت بسیاری از دولتهای آسیائی رابرآن داشته است که بدنبال جلب‌نظر آقای wuباشند. وی هم اکنون از چین دوری گزیده وبسوی هند واندونزی روکرده است. آقای wu اولین پروژه خصوصی انرژی را درسال ۱۹۸۷ در شن‌ژن چین به پایان رساند. از آن زمان تاکنون هم چهارده مقاوله نامه با شش ایالت چین برای پروژه‌های جدید امضاکرده است. او از ماههای آخر سال ۱۹۹۴ با شک وتردید از چین دوری جسته است. زیرا ظاهراً از تصمیم رسمی دولت چین که نرخ بازگشت سرمایه را برای پروژه‌های نیرو به ۱۲تا۱۵درصد محدود کرده،ناراضی است.آقای wu می‌گوید:"چینی‌ها سرمایه‌گذاران خارجی را به صورت غارتگر ثروت خود تلقی می‌کنند."فعالیت اصلی آقای wu هم‌اکنون در کشورهای فیلیپین،هند،پاکستان واندونزی است .در همهٔ این کشورها نرخ بازگشت سرمایه رقمی بین ۱۶تا۱۸ درصد است.

پرسه‌زدن این سرمایه‌گذار آسیائی نشانه‌ای است ازاین‌که چگونه سرمایه‌گذاران درجستجوی فرصت‌های بهتر کشورهای مختلف آسیا را ارزیابی می‌کنند از طرف دیگر سرد شدن وی نسبت به بازار چین شاید نشانه قدرت آن بازار نیز باشد زیرا مسئولان به مردم گفته‌اند که قدرت تأمین منابع مالی مورد نیاز را دارند.

بااین‌وصف جالب توجه است که حتی بین بانکداران وال‌استریت،بحث روزافزونی درمورد بازار چین وجوددارد.اگر بایک کارشناس امورمالی درهنگ کنگ

صحبت کنید، معمولاً سخن با مدح وستایش از جذابیت طویل مدت چین شروع می‌شود و با مشکلات وحشتناک عملی برای ورود وفعالیت در این بازار ادامه می‌یابد.

دربازارمالی چین مجموعه‌ای از موانع وجود دارد. شرکتهای زیان‌ده دولتی مقادیر زیادی سرمایه می‌بلعند. پولی که برای تأمین مالی شرکتهای دولتی چاپ می‌شود سوخت مجددی به تورم که هم اکنون بیش از ۲۴ درصد درسال است می‌رساند.باتوجه به اینکه بانکها بانرخ بهره ۸ درصد به شرکتهای دولتی وام می‌دهند هزینه سرمایه منفی است. معاون بانک مرکزی چین هم قبول می‌کند که سیستم بانکی به هم ریخته است. سرمایه گذاران بیش از هرچیز طالب پول قابل تبدیل هستند وچنین تسهیلاتی به دلیل نگرانی فرارسرمایه از کشور،درچین وجودندارد. دربیشتر محاسبات انجام شده میزان فراز سرمایه ازچین رقمی درحدود۱۰ میلیارددلار تخمین زده می‌شود. به رغم افزایش ذخائر خارجی چین،این رقم برای نگران کردن سرمایه‌گذاران خارجی کافیست. یکی از سرمایه‌گذاران خارجی اظهار می‌داردبه نظر می‌رسد خارجیها به چین اطمینان کافی دارند ولی آیاخودچینی‌ها نیز چنین اعتمادی حس می‌کنند؟

درست است که سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند از منافع خود دفاع کند. سرمایه‌گذاری در صنایع صادراتی یا اوراق قرضه دلاری ارز خارجی بدست می‌آورد اما تورم همه جا عواقب خود را بجای گذارده است. کاهش اعتبارات داخلی بدلیل کوشش برای مهار تورم، برای شرکتهایی که خارجیان قصد دادوستد یاخریدسهام آنها رادارند،معنایش محبوس شدن دریک مثلث بدهی است که نتیجه‌اش قروض پرداخت نشده وانباشتگی آن درکل اقتصاد جامعه است.

به رغم این عوامل ومسائل هشداردهنده، به‌هرحال رشد اقتصادی کشور چین چشمگیر بوده به طوری‌که در دهه گذشته رقمی بین ۴ تا۱۴درصد به ثبت رسیده است.اگرمشکلات سیستم مالی چین عمدتاً فنی می‌بود ومثلاً پیرامون قوانین ومقررات مناسب دور می‌زد ممکن بود آنرا دارای اهمیت زیادی نپنداریم،امادرواقع مشکل، بزرگتر از اینست وبه اساس معضل سیاسی واقتصادی درچین برمی‌خورد. یعنی آیا دولت چین اجازه می‌دهد که بنگاههای زیان ده دولتی ورشکسته شوند؟

این امر قابل درک است که دولت چین به دلیل نگرانی از بیکاری میلیونها نفر مایل نیست که اعتبارات شرکتهای دولتی ضررده راقطع کند اما متاسفانه تأسیس سیستم مالی باقانون بازار ممکن نیست مگر این‌که شرکتهای دولتی نیز نرخ بهره رابراساس نرخهای معمول بازار بپردازند.

تخصیص نابجای سرمایه نتیجه‌اش پرداخت نرخ بهره منفی توسط شرکتهای دولتی وجلوگیری از توسعهٔ بازارهای اوراق قرضه وسیستم بانکی شده است. این امر بنوبه خود بورس بازی رادربازار مشتعل می‌سازد وبالاخره باضایع شدن پس‌انداز داخلی،وابستگی کشور به سرمایه خارجی افزایش می‌یابد. درعین حال مشکلات سیستم مالی داخلی سرمایه‌گذاران خارجی رانیزعقب می‌راند.

این روزها بسیاری از خارجیان هند را بازار مطمئن‌تری می‌دانند. گرچه نرخ رشد اقتصادی هند باندازه چین چشمگیر نیست وفرایند اصلاحات اقتصادی نیز تازه شروع شده ولی عناصر مهم سیستم مالی کاملاً درجای خود قراردارد.بازار بین بانکی داخلی توسعه یافته وسیستم قانونی حاکم برمالکیت واوراق سهام وجوددارد. بازار بورس وبانکهای تجاری نیز پیشینه طولانی‌تری دارند.

ولی هند نیز مسائلی داردکه مشکلات چین را بیاد می‌آورد. قیمت کالاهای اساسی مانند برق وحمل ونقل بدلیل سوبسیدهای دولتی واقعی نیستند. بانکها بدلیل اعطای وامهای نامناسب به شرکتهای دولتی درشرایط بدی قرار دارند ودولت از بیکارشدن کارگران جلوگیری می‌کند.

غیراز هندوستان و چین، برای سایر دولتهای آسیای جنوب‌شرقی جلب سرمایه بسیارآسانست.دولت تایلندگرچه به خاطر رد قرار دادبزرگراه بانکوک تاحدی به اعتبار خود لطمه زد اما همچنان به خاطر قدرت سیستم مالی داخلی‌اش چشم وچراغ بانکداران است. نرخهای بهره در تایلند مثبت است،پول کاملاً قابل تبدیل می‌باشد و به وام دهندگان خارجی اطمینان داده می‌شود که بانکهای داخلی معمولاً در اعطای وام به پروژه‌ها مشارکت می‌نمایند. آسیای جنوبی وچین هم اکنون از کشورهای آسیای جنوب شرقی درس می‌گیرند وازآنها تقلید می‌کنند.

مهمترین ویژگی اصلی آسیا این است که کشورهائی که قصد اصلاحات اقتصادی داشته‌اند دارای مدلهای موفقیت آمیز زیادی هستندکه می‌توان از آن پیروی کرد. ابتدا چین واکنون هندوستان درمسیری که الهام گرفته از مسیررشد بوسیله افزایش صادرات است گام برمی‌دارند وبتدریج درکنار کشورهای موفق یعنی ببرهای آسیای جنوب شرقی قرار می‌گیرند. هم‌اکنون این دوکشوردرحالی‌که برای جلب سرمایه که لازمهٔ مرحلهٔ بعدی رشد است رقابت می‌کنند، این حقیقت رانیز کشف می‌نمایند که یک بازار سرمایه کار آمد به نحو روز افزونی حیاتی است . برای سرمایه گذاران خارجی این بهترین تضمین است که کشورهای آسیائی اهمیت اصلاح بازار سرمایه را دریافته‌اند.کشورهائی که موفق به تأسیس یک بازار سرمایه کارآمد نشوند،درمسابقهٔ رفاه ورونق خود راعقب‌تر از دیگران خواهند یافت.

ازمجله اکونومیست نوامبر۱۹۹۴

از اتحادیهٔ اقتصادی تا "پلیس اروپا"

(EUROPOL)

رویای اروپای متحد (EU)(۱)، اروپای واحد یا اتحاد اروپا. افسانه‌ایست که ریشه در اروپای باستان دارد و از زمان باستان تا نیمهٔ سده‌ی نوزدهم، هرچندگاه در گوشه‌ای از اروپا این حکایت تکرار شده است، اما گوئی با انعقاد قرارداد رم و تشکیل و برپائی جامعه اقتصادی اروپا (EEC)(۲) که نزدیک به چهل سال از تاریخ آن می‌گذرد، می‌رود که به واقعیت به پیوندد. در ماده سه قرارداد رم جدا از سایر مسائل در بیان هدف با صراحت عنوان شده است:

– حذف عوارض گمرکی و محدودیت‌های کمی واردات و صادرات کالا بین کشورهای عضو و کلیه ضوابط دیگر که مربوط به این موضوع می‌شود.

– حذف کلیه محدودیت‌هائی که در زمینه آزادی رفت و آمد و جابه‌جائی خدمات و سرمایه بین کشورهای عضو وجود دارد.

با این حال ملاحظه می‌شود با وجود آن که مواد مورد اشاره، موارد اصلی قرارداد می‌باشد، درطول حدود چهل سال گذشته، درمورد آزادی موارد چهارگانه (عوارض و محدودیت‌های گمرکی، مسافرت اتباع کشورهای عضو و آزادی ارائه خدمات و سرمایه‌گذاری) در عمل تنها درحد معینی صورت عمل بخودگرفته است و در برخی زمینه‌ها و مناطق نیز اصولاً اقدامی به عمل نیامده است. البته باید یادآور این معنا بود که عوارض گمرکی بین کشورهای عضو جامعه، در مورد صدور و ورودکالا حذف شده است. اما برای دستیابی به یک بازار واحد حتی با شرایط اتحادیه گمرکات که " در سال ۱۹۶۸ ایجاد شد، هنوز راهی طولانی در پیش است.

روشن است تا زمانی که در کشورهای عضو مراجع قانونگذاری مستقل ملی وجود دارد و مقرراتی در مورد مصارف ملی، بهداشت محیط، دامپزشکی و حمایت از تولید کننده وضع می‌کنند و نیز مادام که کماکان مقررات گوناگون و قوانین حمایتی و حفاظتی بین کشورهای عضو وجود دارد، مسئله صدور یا ورودکالا با وجود تمام گفتگوها و توافقها - بین کشورهای عضو تابع مقررات داخلی آنها خواهد بودکه در بیشتر موارد باعث اخلال در مبادله کالا بین کشورهای عضو خواهد شد.

در مورد آزادی رفت و آمد اتباع کشورهای عضو نخست در سال ۱۹۸۵ براساس کنوانسیون شنگن (Schengen)(۳) اقدامات اولیه انجام پذیرفت. این اقدامات منجر به برقراری ویزای شنگن "برای ۹ عضو از ۱۵ عضو شده است.

– نکته‌ای که توجه به آن در اینجا درخور اهمیت است اینکه کنوانسیون "شنگن" افزون‌بر این که در برگیرنده مقررات مربوط به آزادی رفت و آمد اتباع کشورهای عضو و مقررات صدور روادید برای اتباع کشورهای غیرعضو می‌باشد، چگونگی اتخاذ تدابیر امنیتی را نیز درخود دارد و طیف گسترده‌ای از موارد همکاری، مانند همکاری بین نیروهای پلیس این کشورها را در برابر جرایم بین‌المللی و... در پی دارد که منجر به ایجاد پلیس واحد خواهد شد. واقعیتی که هم‌اکنون به‌وقوع پیوسته است.

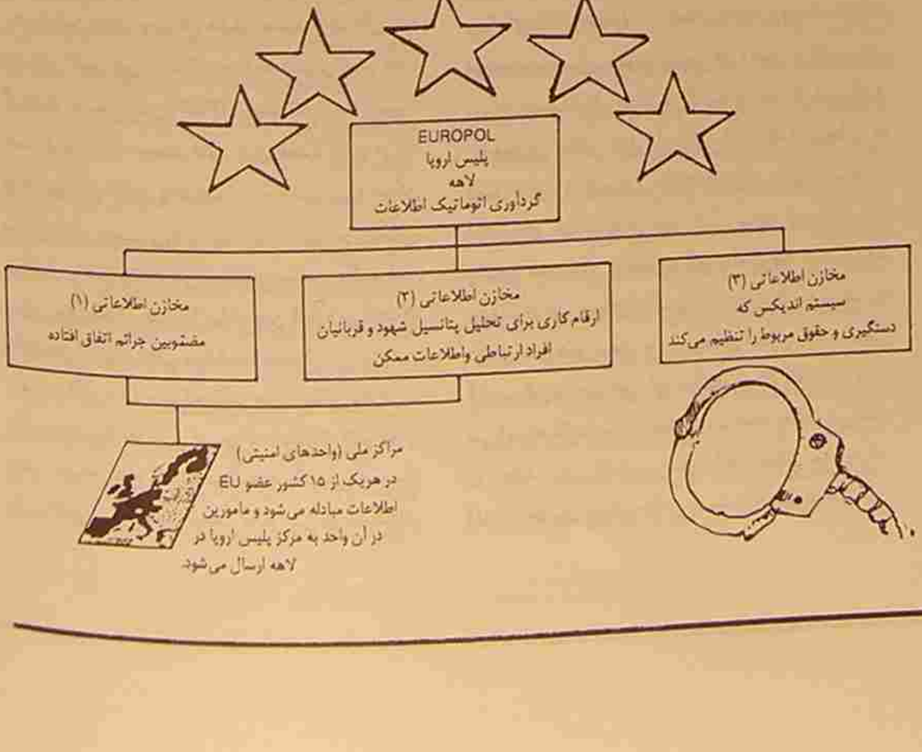
اخیراً مجله آلمانی زبان اشپیگل " در مقاله‌ای با عنوان "برعلیه همه و همه چیز" خبر تشکیل "پلیس اروپا" را که پیش از این از سوی رسانه‌های گروهی اعلام شده بود منتشر کرده و نوشته است:

در پایان ماه ژوئن گذشته، روسای دولتهای عضو اتحادیه اروپا - (البته ۹کشور امضاءکننده قرار داد "شنگن ") در شهر "کان" گرد آمدند تا با شرکت در کنوانسیون "پلیس اروپا" این نهاد جدید بین‌المللی راکه مجهز به ایرکامپیوترهای فوق مدرن خواهد بود هرچه زودتر و سریع‌تر تاسیس کنند.

"معاهده نامه "پلیس اروپا" که در ۷۱ صفحه و ۴۸ اصل تهیه شده بود، به امضاء فرستادگان کشورهای عضو رسید و چنانچه تا کنون به تصویب مجالس قانونگذاری کشورهای امضاءکننده قرارداد شنگن "نرسیده باشد، بایستی ارائه شود و به تصویب برسد.

براساس معاهده نامه پلیس اروپا" از این پس میلیونها شهروند اروپائی، اعم از صالح و ناصالح، به حق و ناحق تحت نظارت مستقیم پلیس قرار خواهند گرفت.

نکته درخور توجه این که تا کنون هیچ‌گونه اثری از خشم یا هیجان عمومی در خصوص برپائی این نهاد بین‌المللی پلیسی، که در هرحال براساس برخی تعبیرهای گروهی می تواند محدودکننده برخی آزادیهای فردی باشد، به چشم نخورده و شنیده نشده است. برخی دلیل این سکوت مطلق را ناشی از آن می‌دانند که نهادهای دولتی کشورهای عضو، سند مورد اشاره را،سند محرمانه تلقی کرده‌اند. سندی که به دلائل موجه" پلیس اروپا" راکه مقر آن در لاهه" خواهد بود، برای مدت نامحدود، مجاز به اخذ اطلاعات در هر حدو حدود دانسته است. نهادی که بایستی تمام نیروی خود را در جهت مبارزه با "تروریسم" "قاچاق مواد مخدر" و به‌طور کلی فعالیتهائی که به‌عنوان جنایت



بین‌المللی شناخته شده بکار گیرد.

جالب‌تر این که تنها مجرمین نیستند که اعمال و رفتار آنها در این کامپیوترها ضبط خواهد شد. بلکه افراد مورد سوءظن، تمام کسانی که ممکن است در آینده بتوان از آنها در جرائم بین‌المللی یا کمک به شناسائی مجرمین بهره گرفت نیز رفتارشان در این کامپیوترها ضبط خواهد شد.

پی‌نویسها :

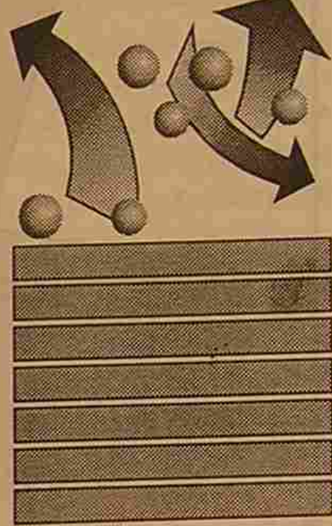
۱- European union (Eu)

۲- (European Economic community)

۳-Schengen نکته‌ای که در اینجا باید یادآوری شد و این روزها درباره آن بی‌اندازه گفتگو می‌شود، شنگن و ویزای شنگن است. شنگن یکی از روستاهای زیبا، کوچک و قدیمی لوکزامبورگ است که در سال ۱۹۸۵ وزیران کشورهای عضو اتحادیه اروپا در آنجا گردهم آمدند و موافقت کردند برای تشویق و توسعه رفت و آمد آزادانه افراد بین کشورها و اتخاذ تدابیر امنیتی لازم سریعاً اقدام شود.

مأخذ : اشپیگل ۳۱-۱۹۹۵

بازرگانی



از : مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی اتاق ایران

فرصتهای همکاری اقتصادی باکشورهای حوزه اقیانوس آرام

به‌نظر می‌رسد پیش از ورود به مطلب که در واقع شناسائی امکانات با فرصتهای همکاری اقتصادی میان ایران و کشورهای واقع در حوزه‌ی آسیائی اقیانوس آرام عنوان شده است، اشاره‌ای هرچند کوتاه و گذرا به جایگاه مبادلات بازرگانی در اقتصاد جهانی، خالی از فایده نباشد، از این‌رو نکتهٔ درخور اهمیت این است که یکی از ویژگیهای اساسی اقتصاد جهانی طی چهاردهه گذشته توسعه سرسام‌آور کم و کیف بازرگانی بین‌المللی بوده است. واقعیتی که آثار آن بر رشد و توسعه اقتصاد ملی و به بیان دیگر توسعه اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی تمامی ملل فعال و درگیر در اقتصاد بین‌الملل آشکار است. آمار وارقام منتشره در مورد اقتصاد بین‌الملل گویای آنست که طی این دوران حجم کل صادرات جهانی به حدود ۷۰ برابر افزایش یافته است. به بیان دیگر حجم پولی صادرات جهانی از ۵۲ میلیارددلار درسال ۱۹۴۸ (۱۳۲۷)، تاریخ اجرای "قرارداد عمومی تعرفه و تجارت "(گات")(۱)، طبق آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان ملل متحد و نهاد بین‌المللی "گات" (۲) در سال ۱۹۹۳ به ۱۳۶۴۹/۴ میلیارد دلار افزایش یافته است. بدیهی است نرخ رشد بازرگانی بین‌المللی طی سالهای مذکور همسان نبوده و بطور مثال پایین‌ترین رقم آن، از سال ۱۹۸۰ به بعد مربوط به سال ۱۹۸۲ است که برابر منهای هفت‌درصد و درسال ۱۹۹۱ برابر منهای یک درصد بوده است.

نکته دیگری که یادآوری آن در اینجا درخور توجه و اهمیت ویژه است اینکه در سالهای ۹۲-۱۹۹۱ با برقراری پاره‌ای حمایتهای اقتصادی از سوی برخی دولتها، بویژه دولتهای پیشرفته صنعتی، از محصولات داخلی خود در برابر تولیدات خارجی که از کیفیت برتر و یا قیمت ارزانتر برخوردار بودند. بازرگانی آزاد که مورد تبلیغ و تشویق آنانست تا اندازه‌ای با محدودیت مواجه شد. در این دوره بیشتر کشورهای روبه‌رشد نیزبرای حمایت ازتولیدات داخلی خود و صرفه‌جوئی ارزی محدودیتهای زیادی برای ورود محصولات صنعتی خارجی قائل شدند. از سوی دیگر ممالک پیشرفته صنعتی نیز برای مقابله و رقابت باکالاهای صنعتی تولید شده در ممالکی که هزینه تولید آنها پائین است (مانند کشورهای تازه صنعتی شده یا در آستانه صنعتی شدن آسیای جنوب شرقی و واقع در اقیانوس آرام، از جمله مالزی، اندونزی، تایلند و سنگاپور و البته پیش از همه هنگ‌کنگ، تایوان، کره جنوبی‌و...) اقداماتی به عمل آوردند. به‌عنوان نمونه مورد اروپا را می‌توان مثال آورد که براساس "توافقنامه حفظ صنایع نساجی اروپای غربی" برای حمایت از صنایع نساجی این منطقه و حفظ اشتغال و جلوگیری از بروز بیکاری در اروپا اقدام به برقراری محدودیتهایی در زمینه واردات محصولات صنایع نساجی شد و بدین‌سان بود که ورود محصولات نساجی به ممالک عضو جامعه اقتصادی اروپا تاحدود ۵۰درصد (بطور نمونه به آلمان) کاهش یافت. افزون‌بر این، حمایت اقتصادی از تولیدات داخلی میان ممالک پیشرفته صنعتی با وجود تمامی کوششهای تبلیغاتی و تشویقی که در زمینه بازرگانی آزاد از سوی این ممالک اعمال می‌شود به گونه‌های چشمگیر رخ کرد. در این زمینه کافی است به اقدامات ایالات متحده آمریکا برعلیه ورود کالا از ژاپن و یا رقابت و کشمکش این کشور با فرانسه در زمینه محصولات کشاورزی اشاره کرد. به‌هر‌تقدیر، نتایج بدست آمده از بررسیهای بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که از کل صادرات جهانی حدود ۵۰ درصد آن مربوط به صادرات کالاهای تبدیلی بوده است. در اینجا لازم به یادآوری است که یکی دیگر از موانع عمده فاراه بازرگانی بین‌المللی، معاملات تهاتری با ممالک جهان سوم و در حال توسعه، بویژه کشورهای تازه به استقلال رسیده و جداشده از اتحاد جماهیر شوروی سابق و.... می‌باشد. نکته درخور توجهی که در این بررسیها به چشم می‌خورد اینکه در مسیر عمده‌ترین جریانهای بازرگانی از سال ۹۱-۱۹۹۰ چندان تغییری حاصل نشده است، جزآنکه گفته می‌شود مسیر کنونی از دو سوی شرق وغرب در جهت آسیا، بویژه آسیای جنوب شرقی روبه تقویت است. نتایج بدست آمده از بررسیهای انجام شده نشان می‌دهد که جهان از نقطه‌نظر اقتصادی، بویژه بازرگانی، روبه منطقه‌ای شدن دارد و کشورهای این مناطق رفته رفته، نه‌تنها در زمینه‌های اقتصادی با یکدیگر متحد خواهند شدمانند: جامعه اقتصادی اروپا (EU) و نفتا (NAFTA) (۳) که به احتمال قوی به پافتا (PAFTA)(۴) تبدیل خواهد شد و یا آپک (APEC)(۵) بلکه مسیر تجارت کالا نیز به گونه‌ای روزافزون و سریع در داخل همان مناطق متمرکز می‌شود. سیر تحول بازرگانی جهانی گویای این واقعیت است که در چهاردهه اخیر نرخ رشد منطقه‌ای شدن بازرگانی بمراتب از جهانی‌شدن آن چشمگیرتر بوده است. به بیان دیگر گفته

می‌شود که بازرگانی جهانی در آینده تحت‌الشعاع بازرگانی منطقه‌ای قرار خواهد گرفت و لذا رشد بازرگانی بین‌المللی در سنجش با رشد بازرگانی منطقه‌ای در درجه دوم اهمیت قرار خواهد گرفت. بگذریم.

از آنجا که موضوع اصلی این گفتار بررسی اجمالی امکانات و فرصتهای فراهم شده برای گسترش همکاریهای اقتصادی میان ایران و کشورهای واقع در حوزه اقیانوس آرام به‌ویژه کشورهای در آستانه صنعتی شدن آسیای جنوب شرقی می‌باشد، بنابراین پیشاپیش باید یادآور این معنا شد که ایران، کشوری که از لحاظ وسعت سرزمین و جمعیت هفدهمین کشور جهان است، با دارا بودن منابع ثروتی بی‌اندازه زیاد، و پشت‌سر نهادن نخستین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود، همراه با دستاوردهای گرانبهای حاصل از آن از یک‌سو، در پیش داشتن دومین برنامه توسعه- که بی تردید فراهم‌ساز زمینه و ابزارهای موردنیاز برای اجرای انواع برنامه‌های توسعه خواهد بود- از سوی دیگر، می تواند به عنوان عمده‌ترین پل ارتباطی توسعه اقتصادی منطقه تلقی شود، بویژه آنکه ایران با برخورداری از تولیدات صنعتی، کشاورزی وخدماتی و در نهایت بازاری بالفعل وبالقوه، حجم تقاضای بسیار بالا برای انواع کالاهای صنعتی وافزون‌بر همه با فروپاشی نظام کمونیستی اتحاد جماهیر شوروی سابق و دست‌یابی به موقعیت "ژئواکونومیکس" ویژه و... همه و همه می‌تواند در گسترش دادوستدهای بازرگانی و به تبع آن اقتصاد منطقه‌ای و جهانی نقش جدیدی ایفا کند. بنابراین روشن است که دیگر نمی‌توان ایران را به‌عنوان سرزمینی در حاشیه خاورمیانه عربی تلقی کرد. بلکه خود به عنوان زیرمجموعه‌ای پویا وعاری از محدودیتهای سابق در پهنه دریای مازندران می‌تواند از این دریا به‌عنوان محوری نیرومند در کنار مرزهای شمالی کشور و برای گسترش بازرگانی خارجی خود استفاده کند. لذا:

- امکان گسترش روابط بازرگانی با کشورهای حوزه این دریا یعنی جمهوریهای ترکمنستان، قزاقستان، فدراسیون روسیه و آذربایجان (اران).
- امکان گسترش بازرگانی با دیگر جمهوریهای نوخاسته شرق وغرب دریای مازندران از طریق جمهوریهای یادشده.
- امکان گسترش روابط بازرگانی از طریق کانالهای ولگا- دن با شمال و جنوب اروپا.
- امکان گشوده شدن "جاده ابریشم" جدید و....

به گونه‌ای چشمگیر وبالقوه برقرار شده است. بویژه آن که ایران با ایجاد انواع مناطق و حوزه‌های آزاد بازرگانی- صنعتی در جنوب شرقی کشور و در کنار دریای عمان - صرفنظر از سوء برداشت از نحوه‌ی اداره این‌گونه مناطق - می تواند از ارائهٔ امکانات وتسهیلات فراوان برای توسعه بازرگانی منطقه‌ای و بین‌المللی برخوردار باشد. بنابراین ایران قادر خواهد بود فرصتهایی طلائی برای دستیابی کشورهای مورد نظر به بازارهای جدید فراهم آورد و خود نیزاز این رهگذر بهره‌مند گردد.

بی تردید گسترش همکاریهای اقتصادی میان ایران، و کشورهای واقع در حوزه آسیائی اقیانوس آرام نه تنهااین کشورها را قادر خواهدساخت به مرکز سرمایه‌گذاری جدیدی برای تولید، بسته‌بندی و صدور انواع فرآورده‌های صنایع غذایی کشاورزی، دریائی و درنهایت نساجی موردنیاز برای مصرف در ایران، کشورهای همجوار ایران و اروپای شمالی و جنوبی دست یابند، بلکه امکان تبدیل هر یک از این ممالک به مرکز صادرات متقابل با کشورهای مورد اشاره نیز فراهم خواهد شد. بهرحال با نگاهی گذرا به واردات و صادرات برخی از این



ممالک(جدول متعاقب)، ملاحظه خواهد شد که ایران می‌تواند به مرکز سرمایه گذاری بی‌نهایت جالبی برای هر یک از این کشورها در زمینه تولید، بسته‌بندی، مصرف و صدور انواع محصولات کشاورزی و صنعتی اعم از روغن نباتی، بویژه روغن نخل، صنایع غذایی دریایی و کشاورزی مانند کنسرو و آب میوه و همچنین لاستیک اتومبیل، صنایع الکترونیک، صنایع بسته‌بندی و...تبدیل شود وهریک از این کشورها نیز ضمن تأمین نیازهای وارداتی خود در زمینه فولاد، مس، فرش، خرما، پسته، انواع میوه و خشکبار و در نهایت پنبه ومحصولات نساجی، عهده‌دار و توزیع این‌گونه کالا در سطح منطقه آسیای جنوب شرقی شوند. به عبارت دیگر متقابلاً به مراکزی برای توسعه صادرات یکدیگر تبدیل شوند در این صورت تردید نیست که علاوه برمعاملات و درآمدهای حاصل از سرمایه گذاریها و یا مشارکت در سرمایه گذاریها حجم دادوستد بطور نمونه در مورد سه کشور اندونزی، سنگاپور و تایوان با ایران که در سال ۱۳۷۱ بالغ بر ۴۱۷/۶۳ میلیارد ریال بوده است در مدتی کوتاه به ده تا بیست برابر افزایش خواهد یافت. بویژه آن که ایران علاوه بر تمایل به گسترش فعالیتهای توریستی خود با این ممالک می‌تواند بخش بزرگی از نیازهای فنی و مهندسی این کشورها را در زمینه‌های مشاوره و پیمانکاری ساختمانی به صورت صدور خدمات تقبل و تأمین کند.

1- General Agreement on Tariff and Trade
2- Fischer Almanach 1995
3- North American Free Trade Area
4- Pacific American Free Trade Area
5- Asian Pacific Economic Cooperation

مبادلات کالای غیرنفتی ایران با کشورهای حاشیه اقیانوس آرام (به واحد دلار)(۱)

کشور	۱۳۷۲(۲)	۱۳۷۱	۱۳۷۰	۱۳۶۹	۱۳۶۸	۱۳۶۳	۱۳۵۸
اندونزی				$۱۰۰۰،۰۰۰			
صادرات	۲/۶۰۰	۱/۳۲۰	۵/۷۲۹	۳/۹۳۵	۷/۲۲۴	۰/۰	۰/۰
واردات	۳۳/۷۱۵	۱۸۷/۶۰۲	۹۸/۷۳۴	۶۱/۹۳۰	۷۱/۶۴۴	۰/۱۱۲	۰/۴۷۶
تراز تجاری	-۳۱/۱۱۴	-۱۸۶/۲۸۲	-۹۳/۰۰۵	-۵۷/۹۹۵	-۶۴/۴۲۰	-۰/۱۱۲	-۰/۴۷۶
استرالیا							
صادرات	۱۰/۴۶۲	۵/۱۴۸	۴/۹۹۲	۱/۸۲۷	۳/۶۵۵	۰/۷۲۲	۲/۴۰۴
واردات	۴۰۲/۲۷۸	۲۲۱/۸۰۶	۳۸۵/۰۶۶	۶۵۸/۵۱۲	۴۶۶/۸۵۸	۵۰۹/۲۹	۱۸۵/۹۲۴
تراز تجاری	-۳۹۱/۸۱۶	-۲۱۶/۶۵۸	-۳۸۰/۰۷۴	-۶۵۶/۶۸۵	-۴۶/۳۲۰	-۵۰۸/۴۸۷	۱۸۳/۵۱۹
برمه(میانمار)				$۱۰۰۰۰۰۰			
صادرات	۲۲/۲	۱۳۳۶/۶	۰/۰	۰/۰	۰/۰.	۰/۰	۰/۰
واردات	۶۱/۰	۱۰۶/۲	۰/۰	۰/۰	۱۶/۰	۰/۰	-۲۱۰/۹
تراز تجاری	-۳۸/۸	۱۲۳۰/۴	۰/۰	۰/۰	۱۶/۰	۰/۰	-۲۱۰/۹
برنئو							
صادرات	-	-	-	-	-	-	-
واردات	-	-	-	-	-	-	-
تراز تجاری	-	-	-	-	-	-	-
تایوان				$۱۰۰۰۰۰۰			
صادرات	۱۵/۸۰۸	۷/۶۲۸	۲/۳۳۰	۱/۰۷۷	۲/۹۳۴	۰/۰۰۸	۱۹/۹۰۵
واردات	۱۱۸/۱۲۰	۱۴۱/۵۳۰	۱۴۷/۱۱۱	۴۱/۳۹۵	۷۵/۵۸۵	۱۵۹/۹۰۶	۲۲/۷۲۸
تراز تجاری	-۱۰۲/۳۱۳	-۱۳۳/۹۰۲	-۱۴۴/۷۸۱	-۴۰/۳۱۹	-۷۲/۶۵۱	-۱۵۹/۸۹۹	-۲/۸۲۳
تایلند							
صادرات	۲۸/۰۲۵	۰/۰۵۲	۰/۰۱	۰/۰	۰/۰۰۲	۰/۰	۰/۰۱۹
واردات	۵۴/۱۴۱	۲۲۸/۶۵۹	۱۰۵/۷۹۶	۱۹۱/۰۹۹	۱۹۱/۹۰۲	۱۵۲/۸۰۲	۲۹/۱۴۲
تراز تجاری	-۲۶/۱۲۲	-۲۲۸/۶۰۷	-۱۰۵/۷۸۶	-۱۹۱/۰۹۹	-۱۹۱/۹۰۰	-۱۵۲/۸۰۲	-۲۹/۱۲۳
ژاپن							
صادرات	۱۰۸/۸۷۸	۷۶/۸۷۳	۶۵/۹۰۵	۴۹/۴۷۴	۵۴/۱۳۰	۶/۸۴۳	۱۴/۲۳۷
واردات	۳۳۴۲/۳۳۲	۳۴۴۰/۳۴۲	۳۰۹۹/۰۶۸	۱۸۶۰/۶۹۳	۱۰۰۶/۲۷۸	۲۷۱۱/۲۲۲	۱۳۵۴/۶۸۱
تراز تجاری	-۲۲۳۳/۴۵۴	-۳۳۶۳/۴۶۹	-۳۰۳۳/۱۶۳	-۱۸۱۱/۲۱۹	-۹۵۲/۱۴۹	-۲۷۰۴/۳۷۹	۱۳۴۰/۴
چین							
صادرات	۳۲۸/۵۱۹	۱۳۷/۴۵۸	۱۶/۹۱۷	۳/۵۹۴	۳/۶۸۲	۰/۰	۳/۲۲۴
واردات	۳۳۱/۸۲۱	۳۱۶/۰۹۸	۲۷۸/۰۳۶	۱۶۵/۹۰۵	۴۹/۴۲۴	۸۵/۲۳۰	۵۹/۵۷۵
تراز تجاری	-۳/۳۰۲	-۱۷۸/۶۴۰	-۲۶۱/۱۱۹	-۱۶۲/۳۱۱	-۴۵/۷۴۲	-۸۵/۲۳۰	-۵۶/۳۵۲
فیلیپین				$۱۰۰۰۰۰۰			
صادرات	۱/۵۹۱	۰/۷۹۸	۰/۲۵۸	۰/۰۵۸	۰/۶۲۹	۰/۰	۰/۰
واردات	۶۹/۵۲۱	۴۹/۱۱۵	۳۶/۳۸۹	۱/۹۰۵	۰/۰	۰/۰۰۲	۳/۶۶۰
تراز تجاری	-۶۷/۹۳۰	-۴۸/۳۱۷	-۳۶/۱۳۱	-۱/۸۴۷	۰/۶۲۹	-۰/۰۰۲	-۳/۶۶۰

صادرات	۱/۲۸۷	۰/۸۷۸	۰/۴۷۸	۰/۱۵۶	۰/۰۷۰	۰/۰۸۱	۰/۶۸۵
واردات	۵۷/۵۵۳	۱۲۵/۴۳۸	۱۲۹/۱۸۸	۲۱/۷۲۵	۱۸/۷۸۹	۳۷۶/۷۴۳	۴۰/۷۰۶
تراز تجاری	-۵۶/۲۶۶	-۱۲۴/۵۶۰	-۱۲۸/۷۱۰	-۲۱/۵۶۹	-۱۸/۷۱۹	-۳۷۶/۶۶۲	-۴۰/۰۲۱
جزایر مارشال							
صادرات	-	۰/۰۰۱	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
واردات	-	۰/۱۰۶	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
تراز تجاری	-	-۰/۱۰۵	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
ساموای شرقی							
صادرات	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
واردات	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
تراز تجاری	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
سایر استرالیا							
صادرات	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
واردات	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۳/۵۲۹
تراز تجاری	-	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	-۳/۵۲۹

۱. بغیر از مواردی که مشخص شده تمامی آمار به واحد ۱۰۰۰۰۰۰ دلار می‌باشند.

۲. آمار سال ۷۲ از "سالنامه بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران" - گمرک جمهوری اسلامی.

- سایر آمار از "آمار مبادلات کالاهای غیرنفتی ایران با کشورهای جهان از سال ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۷۱" - معاونت امور بین‌الملل، وزارت اموراقتصاد و دارائی.

تحقیق از : مهرآفرین

اطلاعیه

قابل توجه صادرکنندگان فرش دستباف

طبق ماده ۲۲ قانون مقررات صادرات وواردات مصوب ۱۳۷۲/۷/۴ وباتوجه به ماده ۴۵ آئین نامه اجرائی قانون مذکورمبنی برحمایت ازفرش های دستباف ایران دربازارهای جهانی ،از تاریخ ۱۳۷۴/۱/۱ صدور فرشهای دستباف ۳۰ رج به بالامستلزم دریافت شناسنامه می باشد.

صادرکنندگان می توانند جهت دریافت شناسنامه فرش به اتاق ایران به نشانی تهران - خیابان طالقانی - نبش فرصت شماره ۲۵۴ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و شهرستانها به شعب اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران مراجعه فرمایند.

اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران

اطلاعیه اتاق

دربارهٔ قراردادهای بازرگانان و صاحبان صنایع

بدینوسیله اعلام می‌گردد: متن تمامی قراردادهائی که در آنها طرفین قرارداد اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران را بعنوان داور (حکم) برای پایان دادن به اختلافات احتمالی خود برمی‌گزینند، باید پیش از امضاء به اطلاع اتاق ایران برسد و موافقت قبلی اتاق با پذیرش مسئولیت داوری (حکمیت) کسب گردد. در غیراینصورت، اتاق ایران ملزم به قبول داوری (حکمیت) نخواهدبود.

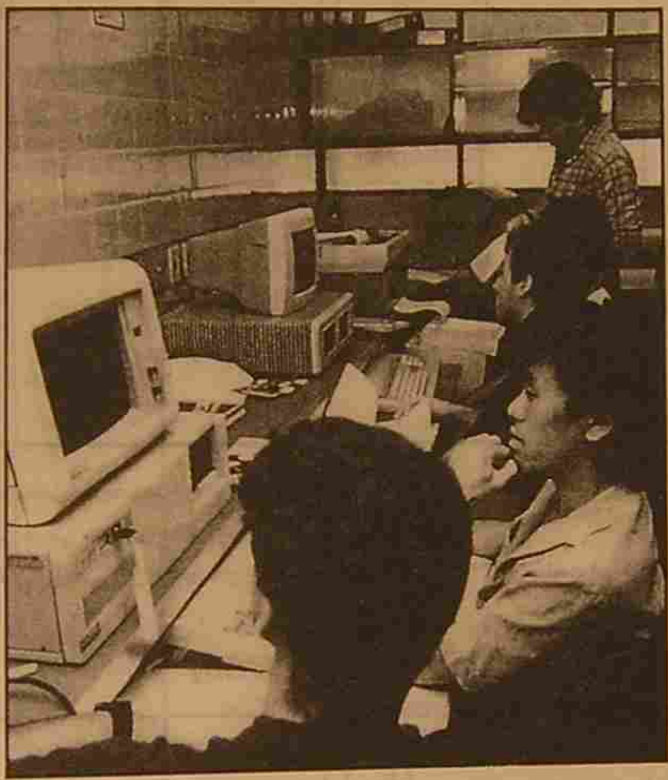
مرکز تنظیم قراردادها، سازش و داوری اتاق ایران

پژوهش بازار برای فعالیتهای صادراتی

قسمت آخر

سازمانهای بین‌المللی :

برخی‌ازسازمانهای بین‌المللی اطلاعات مفیدی در اختیار پژوهشگر بازار قرار می‌دهند. "سالنامهٔ آماری" سازمان ملل متحد شامل اطلاعات تجاری بین‌المللی در مورد محصولات، صادرات و واردات کشورها می‌باشد. "اطلس جهانی"، از انتشارات بانک جهانی، اطلاعات مفید کلی راجع جمعیت، روند رشد و تولید ناخالص ملی کشورها ارائه می‌کند. "سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه" اطلاعات تجاری کشورهای عضو خود را به صورت فصلنامه و سالنامه منتشر می‌کند. سازمانهایی مانند "صندوق بین‌المللی پول" و "بانک جهانی" نیز برخی اوقات تجزیه و تحلیل‌هایی راجع به مسائل منطقه‌ای و کشورها منتشر می‌کنند.



سازمانهای خدماتی :

معمولاً سازمانهایی وجود دارندکه جزو منابع اطلاعاتی تلقی نمی‌شوند و اطلاعات مفیدی در سایر زمینه‌ها در اختیار دارند. در این میان می‌توان از بانکها، شرکتهای حسابداری، شرکتهای هواپیمایی و دست‌اندرکاران حمل ونقل کشتیرانی نام برد که می‌توانند اطلاعات مفیدی راجع به روشهای بازرگانی، شرایط حقوقی و قانونی، و ثبات سیاسی بعلاوهٔ اطلاعات تجاری اساسی در اختیار متقاضیان قرار دهند.

اتحادیه‌های تجاری :

اتحادیه‌های تجاری ازنظرتوانایی و گسترهٔ فعالیتهایشان به نحو فراگیری متفاوت هستند. برای‌مثال، کلوبهای تجاری جهانی و اتاقهای بازرگانی داخلی و بین‌المللی می‌توانند اطلاعات مربوط به بازارهای داخلی را ارائه دهند. برخی از آنها پرونده‌هایی در ارتباط با روشها و مقررات تجارت بین‌المللی در اختیار دارند که می‌تواند برای پژوهشگران بازارهای بین‌المللی مفید باشد. برخی از اتحادیه‌های تجاری نیز اطلاعات ارزشمندی در اختیار دارند که بیشتر آنها را از طریق اعضایشان جمع‌آوری کرده‌اند.

کتابهای راهنما و خبرنامه‌ها :

دایرکتوریهای‌بسیار زیادی راجع به صنایع و در مقاطع محلی، ملی و بین‌المللی وجود دارد. در این کتابها شرکتها معرفی شده و اطلاعاتی راجع به موقعیت، نشانی، شماره تلفن وفاکس، نام مدیر یا رئیس شرکت، محصول و خدمات آن در دسترس خواننده قرار می‌گیرد.

خبرنامه‌هایی در رابطه با موضوعهای ویژهٔ بین‌المللی - مانند تأمین مالی تجارت بین‌المللی، نحوه و عوارض پرداخت - نیز وجود دارد. برخی از این خبرنامه‌ها توسط بانکها یاشرکتهای حسابداری منتشر می‌شوند تا آخرین اطلاعات را در اختیار مشتریان خود قرار دهند.

پایگاههای داده :

این روزها اطلاعات‌بازاریابی بین‌المللی به صورت پایگاههای دادهٔ الکترونیکی در دسترس قرار دارند که آخرین اخبار مربوط به تولید محصولات، مقاله‌های دانشگاهی، نشریات تجاری و آمار و ارقام تجارت بین‌المللی را ارائه می‌دهند. در سرتاسر جهان، تقریباً ۶۰۰۰ پایگاه داده وجود دارد که با حدود ۵۰۰۰ خط Online در ارتباط است. در این میان، آمریکا با تولید و مصرف بیش از ۵۰ درصد از اطلاعات این سیستم بزرگترین بانی رشد آن بشمار می‌آید. این خدمات در ازای حق اشتراک و غالباً براساس مقدار استفاده ارائه می‌شود. و البته با توجه به سرعت اطلاعات، سهولت دستیابی و قابلیت پژوهش گستردهٔ می‌توان گفت که هزینه کردن برای این‌گونه خدمات ارزشمند است. با گسترش شبکهٔ "جهانی بزرگراههای فیبرنوری" استفاده از این نوع پایگاههای داده افزایش یافته و به‌صورت یک منبع اطلاعاتی کلیدی در خواهد آمد.

ارزیابی اطلاعات :

پیش ازجمع‌آوری اطلاعات باید به این نکته توجه کرد که اطلاعات ممکن است از منابعی بدست آید که به‌هیچ وجه موثق نیست، در نتیجه مقدار زیادی پول و وقت شما به‌هدر می‌رود. یا اینکه ممکن است اطلاعات بسیار زیادی جمع‌آوری کنید ولی هیچیک پاسخی برای پرسشهای کلیدی شما نباشد. بنابراین پیش‌آغازاین کار، ازمعتبر بودن منبع اطلاعاتی و ارتباط اطلاعات مربوط با خواسته‌هایتان مطمئن شوید.

کیفیت منبع اطلاعاتی :

سه پرسش مهم در مورد منبع اطلاعاتی وجود دارد :

- چه کسی اطلاعات را جمع‌آوری کرده است ؟

• هدف از جمع‌آوری اطلاعات اصلی چه بوده است؟

• اطلاعات چگونه جمع‌آوری شده است؟

بهترین کار اینست که پژوهشگر مشخصات تحقیقات اولیه را برای جمع‌آوری اطلاعات ترسیم کند. هر پروژهٔ تحقیقاتی مشروع با برخی ویژگیهای کلی همراه است که احتمالاً شامل پرسشهای پیشگفته می‌شود.

البته اگر اطلاعات در ازای مبلغ بسیار ناچیز یا اصولاً رایگان ارائه می‌شود، ممکن است مطرح کردن پرسشهای زیاده از حد درست نباشد. در نتیجه، مطرح کردن درخواست مؤدبانه باعث تشویق منبع اطلاعاتی می‌شود تا نسخه‌ای از مشخصات موردنیاز را ارسال کند. بدین ترتیب پژوهشگر می تواند هدف و شیوهٔ جمع‌آوری اطلاعات اصلی را مشخص نماید.

تحقیق در مورد کیفیت منبع اطلاعاتی نیز بسیار اهمیت دارد، زیرا ممکن است که منبع مذبور، آگاهانه یا غیرآگاهانه، برای جلب نظر و رضایت مسئول یک پروژه اطلاعات غیرواقعی ارائه دهد.

برای مثال، بسیاری از کشورها با نشان دادن رونق اقتصادی در کشورشان تلاش می‌کنند تا سرمایه گذاران خارجی را جلب کنند. آنها دقیقاً اطلاعات را غیرواقعی جلوه نمی‌دهند بلکه در مورد برخی فاکتورها اغراق می‌کنند که در نتیجه تصویر اقتصادی آن کشور بهتر از آن چیزی به‌نظر می‌رسد که باید باشد.

همچنین کشورهایی را می‌بینیم که خلاف این‌کار را انجام می‌دهند، یعنی برخی از فاکتورها راکم نشان داده و باعث می‌شوند که وضعیت اقتصادی کشورشان بدتر به‌نظر برسد. دلیل آن هم اینست که آنها تلاش می‌کنند تا نشان بدهند که کشورشان به کمک خارجی نیازمند است.

سرانجام، مشکل دیگری وجود دارد و آن اینکه برخی کشورها در واقع از سیستم جمع‌آوری اطلاعات دقیق و پیشرفته برخوردار نیستند، وهنگامی که از آنها درخواست اطلاعات می‌شود ارقامی را ارائه می‌دهند که به جای واقعی بودن تخمینی است. این کار به خاطر فریب دادن صورت نمی‌گیرد بلکه به دلیل راضی کردن طرف سئوال کننده انجام می‌شود که البته ناشی از یک بینش فرهنگی است.

پژوهشگران نباید تصور کنند که کلیهٔ اطلاعاتی که توسط سازمانهای بسیار معتبر ارائه می‌شود کاملاً بی‌عیب ونقص است. مؤثرترین کار اینست که یادداشتهای مقدماتی و پی‌نوشتهای مربوط به اطلاعات ارسالی را دقیقاً موشکافی کنند تا شیوه‌های غیرعادی جمع‌آوری اطلاعات مشخص شود.

کیفیت داده‌ها:

اطلاعات نامناسب ممکن‌است ازمنابع خوب نیز بدست آید. در عین حال، اطلاعات بدست آمده ممکن موثق باشد ولی پاسخ مناسبی به پرسشها ندهد. پژوهشگران برای اطلاعاتی که از یک منبع مشخص کسب می‌کنند باید درصدی از آن را به عنوان اشتباه درنظر بگیرند. این میزان برای برخی از آمار بین‌المللی می تواند تا ۲۵ درصد باشد.

یک پژوهشگر برای ارزیابی کیفیت داده‌ها باید به چند پرسش مهم زیر پاسخ دهد:

• منبع اطلاعاتی اصلی است یا ثانویه؟ پژوهشگر باید تلاش کند تا اطلاعات را از منبع اصلی بدست بیاورد. بدین ترتیب می تواند ارزیابی اطلاعات را با اطمینان انجام دهد.

• چگونه اطلاعات جمع‌آوری شده است؟ هنگامی که روشها و مفاهیم مورد استفاده در جمع‌آوری اطلاعات خارجی از حالت عادی به دور باشد، در مورد اطلاعات مذبور باید تردید کرد.

• تا چه اندازه اطلاعات بدست آمده جدید است؟ امروزه همه چیز می تواند به سرعت تغییر کند. اطلاعات مربوط به یک سال پیش ممکن است کاملاً قدیمی باشد. در بسیاری از کشورهای جهان، جدیدترین داده‌های موجود مربوط به ۳ تا ۵ سال قبل است. قدمت این اطلاعات احتمالاً مشخص نیست، از این‌رو پژوهشگر باید تاریخ جمع‌آوری آنها را بداند.

• تا چه اندازه اطلاعات با موضوع ارتباط دارد؟. اگر اقدامات کنترلی اعمال نشود، پژوهشگران می توانند در دریایی از اطلاعات غرق شوند. کشوری که علاقه‌مند است خود را مطرح کند احتمالاً حجم عظیمی از آمار و ارقامی را ارائه می‌دهد که برخی از آنها با هدف پروژه فاصلهٔ زیاد دارند.

اینجاست که برخی از پژوهشگران گمراه می‌شوند. آنها ضمن رضایت از جمع‌آوری این همه اطلاعات، هریک را مورد بررسی قرار می‌دهند، و از خود می‌پرسند: این چه مفهومی دارد؟. پس از صرف وقت زیاد به این پاسخ می‌رسند: "هیچ".

در این مرحله، پژوهشگر ناچار است آن اطلاعاتی راکه مورد نیاز پروژه است به دقت جداکند.

• قابلیت سازگاری: آیا ما سیب را با پرتقال قیاس می‌کنیم؟. پژوهشگرانی که باداده‌های کشورهای گوناگون سروکار دارند غالباً در می‌یابند که داده‌های مذبور کم وبیش رویدادهای هر کشور را تشریح می‌کند. ولی اگر تلاش کنید تا کشورها را با هم مقایسه کنید همین اطلاعات ممکن است گمراه کننده باشد. بنابراین باید دقت کرد که در ارزیابی و تعریفها از عوامل مشترک استفاده شود. اطلاعاتی که تصور می‌شود سازگار است ممکن است اصلاً چنین نباشد.

لزومی ندارد ارزیابی عینی از کیفیت منبع و کیفیت داده‌ها و مربوط بودن آنها با موضوع که زمان‌بر باشد. با این‌کار می‌توان پول و زمان قابل ملاحظه‌ای را صرفه‌جویی کرد. با کمک این شیوه می‌توان از به بن‌بست رسیدن پروژه جلوگیری کرد، و درعین حال می‌توان مطمئن شد که آمار جمع‌آوری شده آمار واقعی هستند و نه آمار جعلی. تنها پس از انجام این کار باید وارد مرحلهٔ بعدی یعنی "کسب اطلاعات" شد.

کسب اطلاعات

وجود اطلاعات قابلیت دستیابی آنها را نشان نمی‌دهد. پژوهشگران ممکن است پی ببرند که برخی از اطلاعات موردنیاز آنها وجود دارد، ولی کار دستیابی به آنها بسیار دشوارتر از آن چیزی است که تصور می‌شد.

این مرحله بسیار حساس است. برای اینکه اطلاعات مفیدی بدست آید، باید در کمال آرامش و وقت شناسی کارکرد. بعلاوه هزینهٔ کسب اطلاعات باید باتوجه به اهمیت آن مورد بررسی قرار گیرد.

محدودیت زمانی

زمان می تواند بسیار با ارزش تراز پول باشد. برخی از سازمانها انواع اطلاعات مشروح، معتبر وجدید را جمع‌آوری می‌کنند وشما می توانند آنها را در ازای پرداخت مقداری پول بدست آورید. ولی، برخی اوقات ممکن است دریافت این اطلاعات هفته‌ها به طول بینجامد. اگر زمان پروژه محدودیت دارد، به این مورد باید توجه کرد.

تفسیر و تجزیه و تحلیل اطلاعات

اکنون که اطلاعات جمع‌آوری شده است کار اصلی یعنی "جورکردن" آنها آغاز می‌شود. شرکتها باید تلاش کنند تا به‌بهترین نحو از داده‌های بدست آمده استفاده کنند. این موضوع بسیار حیاتی است که گروه پژوهش با سیاستها، استراتژی و شیوهٔ کار شرکت آشنایی کامل

داشته باشند. در عین حال، پژوهشگران برای اینکه بتوانند اطلاعات را تفسیر و تجزیه و تحلیل کنند باید به اندازهٔ کافی استقلال داشته باشند. بسیاری از فعالیتهای بازاریابی تحت تأثیر این موضوع قرار داشته‌اند که مدیران اجرایی شرکتها، که ابتدا به فعالیت مذبور پایبند بودند، بعداً داده‌های منفی را به‌صورت اطلاعات مثبت جلوه‌گر می‌کردند.

آشکار است هر شرکتی که برای ورود به بازارهای خارجی قصد پژوهش دارد امیدوار است که فعالیتش با موفقیت آغاز و ادامه یابد.هیچ فردی نمی‌خواهد که حامل اخبار بد برای رئیس باشد، بویژه اگر امکان اخراج مسئول پیغامرسانها نیز وجود داشته باشد. به‌همین خاطر، بسیار ضروری است که در این مرحله از پژوهشگران حمایت شود و آنها را به ارائه یافته‌های کاملاً عینی و واقعی تشویق کنند.

اطلاعات باید به‌طور کامل، و بدون اجبار برای هدایت آن به سوی کانالهای معین، تجزیه و تحلیل شود. همه باید بپذیرند که تفسیر و تعبیر داده‌ها دقیق و کامل نیست.بلکه هدف از آن استفاده از بهترین احتمالات برای آماده‌کردن شرکت در ورود به بازارهای خارجی و شانس موفقیت آن است.

ارائه نتایج پژوهش

اکنون زمان آن رسیده که نتایج پژوهش به مدیریت اعلام شود. این مرحله بسیار حساس است. بسیاری از پژوهشگران کارها و فعالیتهای پژوهشی‌شان به خاطر ارائه نامناسب نتایج کار بی‌ثمر مانده است. در زیر چند مورد کلیدی ارائه می‌شود:

ماهیت ارائه نتایج :

آیا قرار است که نتایج پژوهش به یک یا دو نفر از مدیران رده بالا تقدیم شود؟ یا به یک گروه بزرگ ؟ آیا شیوهٔ شرکت اینست که نتایج پژوهش را همراه با تصاویر گرافیکی در جلسات نمایش دهد؟.

شاید قرار باشد که نتایج مذبور به صورت کتبی توزیع شود. غالباً بهترین روش ارائه یافته‌ها توزیع یک یادداشت حاوی نتایج کلیدی است، سپس برگزاری یک جلسه برای برطرف کردن عیوب و پاسخ به پرسشهاست.

هر شیوه‌ای که انتخاب شود باید با شرکت کنندگان و پیام مورد نظر هماهنگ باشد، نه با پژوهشگران. آنها باید در مورد بهترین شیوه‌های ارائه نتایج باتوجه به موارد زیر فکر کنند :

- نتایج را برای همه باز کنند
- به پرسشهای مربوط به پروژه پاسخ بدهند.
- مردم را از مسائل و فرصتهای ویژه آگاه کنند.

برخی از کارشناسان پژوهشی که کار جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مهارت دارند، در ارائه آنها بسیار بد عمل می‌کنند. مثلاً، پروندهٔ بزرگی را که مملو از جزئیات و ریزه‌کاریهاست آماده می‌کنند. اینان، به جای آنکه بگویند اطلاعات چه هستند و چه مفهومی دارند، راجع به نحوهٔ جمع‌آوری داده‌ها مدتها صحبت می‌کنند.

مدیران یک شرکت معمولاً آشنایی زیادی با پژوهش و نحوهٔ انجام آن ندارند. از این‌رو، زمان عرضهٔ نتایج پژوهش را نباید بعنوان ساعت آموزش برای آنها بشمار آورد. واقعیت اینست که احتمالاً آنها نمی‌خواهند به آشپزخانه برده شوند تا نحوهٔ آماده‌کردن غذا را ببینند.

چارچوب ارائه نتایج :

نتایج پژوهش خواه به صورت شفاهی یا کتبی عرضه شود، باید اطلاعات مهم را در ابتدا ارائه نمود. پژوهشگر، ضمن برخاستن، باید به پرسشهای مهم زیر پاسخ دهد :

- آیا می توانیم باموفقیت وارد این بازار شویم؟
- چه چیزهایی را باید بفروشیم ؟
- چگونه باید بفروشیم ؟

منطقی نیست که یادداشت حاوی اطلاعات مهم بیش از یک صفحه باشد، زیرا پژوهشگران باید این موضوع را درک کنند که وقت مدیریت یک شرکت کالای بسیار پرارزشی است .

در پی ارائه نتایج اصلی پژوهش می‌توانید از اطلاعات مکمل مربوط به موضوع نیز استفاده کنید. هدف از ارائه اطلاعات مکمل عبارت است از:

- رابطهٔ مهم بین آمار وارقام ؛ مشخص شود.
- موارد دشوار نشان داده شود .
- توجه افراد به زمینه‌هایی جلب شود که نیازمند بررسی بیشتر است .
- نحوهٔ انجام براوردها و فرضیات روشن شود.
- مدیریت از بازارهایی که درصد اشتباه آنها بالاست آگاه شود.

در صورت لزوم می توانید اطلاعات مشروح را بصورت پیوست بیاورید تا هنگام نیاز مورد مشورت قرار بگیرید.

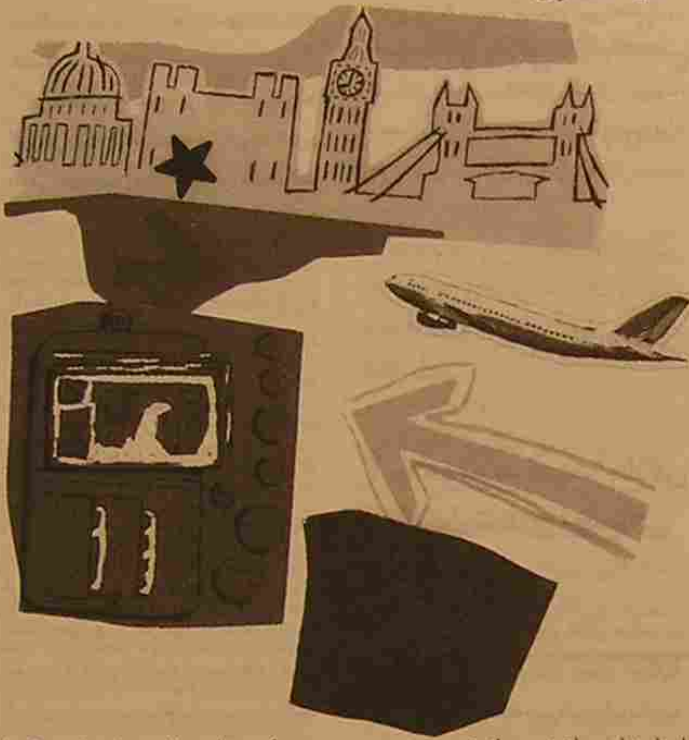
گام بعدی

این موضوع بسیار مهم است که دست‌اندرکاران بازار بتوانند تشخیص دهند که مزایا و قابلیت استفاده از داده‌های ثانویه چه موقع بیشترین کاربرد را دارد.

هزینهٔ جمع‌آوری این نوع اطلاعات به نحو چشمگیری کمتر از هزینهٔ انجام پروژهٔ پژوهشی اولیه است که مسائل حساس و دقیقی را در مورد خدمات و محصولات شرکت مطرح می‌کند، با این حال، اگر اطلاعاتی که به این ترتیب جمع‌آوری شده از هدف بدور باشد یا تنها تکرار مکررات باشد، پول شرکت به هدر رفته است. در این مورد پژوهشگران باید آماده باشند تا پژوهش اولیه را اجراکنند.

مبارزه‌طلبی برای بازاریابی در دهه ۱۹۹۰

ترجمه و تلخیص از : سعید انتصاری



بازاریابی در درون محیطی جهانی و درحال تغییر عمل می‌کند و به‌همین دلیل مدیران بازاریابی در طی هردهه در باره اهداف و نحوه عمل سیستم بازاریابی باید بدون تعصب و بافکر بازبرخورد نمایند. تغییرات سریع جهانی می تواند استراتژی جذاب بازاریابی دیروز را در زمان حال بدون اعتبار سازد. پیتردراکر به‌عنوان مدیری پیشرو در بازاریابی، یکبار اشاره کرد که" یک شرکت با فرمول جذاب در طی دهه گذشته، احتمالاً" قادر به پیگیری آن برای دهه آینده نخواهد بود" مبارزه‌طلبی بازاریابی در دهه ۱۹۹۰ چیست؟ با پایان یافتن جنگ سرد، امروزه، شرکتها با افزایش رقابت جهانی، نابودی محیط زیست، رکود اقتصادی ومجموعه مشکلات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، به مبارزه با یکدیگر برخواسته‌اند. از سوی دیگر این مشکلات برای بازاریابی فرصت‌هایی را نیز به وجود می‌آورد. حال در دنباله بحث نگاهی عمیق‌تر به سه عاملی که باعث تغییر در دورنمای بازاریابی و مبارزه‌طلبی استراتژی بازاریابی گردیده‌اند، می‌اندازیم.

این سه عامل عبارتند از:

۱- رشد جهانی

۲- تغییرات اقتصادی

۳- دعوت برای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی بیشتر

۱- رشد جهانی

اقتصاد جهانی در طی دو دهه گذشته باکوتاه شدن مسافتهای جغرافیایی و نزدیک شدن فرهنگ‌ها، ظهور هواپیماهای جت، دستگاههای فاکس، شبکه‌های جهانی کامپیوتر، تلفن‌ها، تلویزیون‌ها، ماهواره‌ها وسایر تکنولوژی‌های توسعه یافته، تحولاتی ریشه‌ای را طی کرده است. این عوامل به شرکت‌ها اجازه می‌دهد خیلی سریع به بازارهای جغرافیایی، خرید و تولیدات کارخانه‌ای دسترسی پیدا کنند، که نتیجه آن بوجود آمدن و گسترش محیط بازاریابی پیچیده برای شرکتها و مصرف‌کنندگان است.

امروزه تقریباً" تمام شرکتهای کوچک یا بزرگ، مغازهٔ گل‌فروشی که از آن گل می‌خریم تا مهد کودک‌های مکزیک، خرده‌فروشان لباس در نیویورک که کالاهایشان را از بازرگانان آسیایی تهیه می‌کنند تا کارخانه‌های تولید لوازم الکترونیکی امریکا، کالاهای فراوان مصرفی امریکایی تا تولیدکنندگانی که محصولات جدید را به بازارهای درحال ظهور یا پیدایش عرضه می‌کنند، همگی از فرایند رقابت جهانی تاثیر پذیرفته‌اند.

شرکت‌های امریکایی با بازاریابی ماهرانه شرکت‌های اروپایی‌ها و چند ملیتی آسیایی در داخل امریکا مواجهه شده‌اند. برای مثال، شرکتهایی مانند تویوتا، نستله و سامسونگ، اغلب بهتر از رقبای امریکایی خود بازاریابی را انجام می‌دهند. به‌همین ترتیب نیز شرکتهای امریکایی درحوزه جهانی صنایع به فرصت‌هایی در خارج دست پیدا کرده‌اند. شرکتهایی مانند جنرال موتورز، آی بی ام، جنرال الکتریک، دوپونت ،کوکا کولا، و یک دوجین شرکت دیگر، فعالیت‌های جهانی ساخت و فروش محصولاتشان را توسعه داده‌اند.

امروزه نه تنها شرکتها کوشش بیشتری را برای فروش کالاهای تولید داخل در بازارهای بین‌المللی انجام می‌دهند، بلکه اجزاء زیادی را نیز پس از خرید مجدد به خارج عرضه می‌کنند.

بسیاری از کالاها و خدماتی که در یک محل خریداری می‌شوند، دورگه هستند. بدین‌معنا که از نظر طراحی، مواد اولیه خریداری شده، تولید کارخانه‌ای و حتی بازاریابی در چندین کشور مختلف انجام شده است. امریکایی‌هایی که تصمیم به خرید محصول تولید امریکا رامی‌گیرند باید به طور عقلایی از تصمیم برای خرید هوندا یا دوج کولت صرف‌نظر نمایند. تصورکنید چقدر تعجب خواهند کرد زمانی که متوجه شوند دوج کولت در ژاپن ساخته می‌شود در حالی‌که هوندا در ایالات متحده و با قطعات امریکایی ساخته می‌شود.

بنابراین در بسیاری از کشورهای جهان مدیران می پرسند که مفهوم دقیق بازاریابی جهانی و تفاوت آن با بازاریابی داخلی چیست؟ چگونه رقابت جهانی و نیروهای آن روی کسب و کار ما تاثیر می‌گذارد و به چه میزان باید جهانی شویم؟ در زمان حال بسیاری از شرکتها استراتژی فعالیت و تولید خود را متحداً" باشرکتهای خارجی انجام می‌دهند. حتی کمپانی‌های رقیب هم، خدماتی را تحت عنوان عرضه کننده محصول، یا شریک بازاریابی برای یکدیگر انجام می‌دهند. در طی چند سال گذشته از اتحاد تعجب برانگیز رقبایی مانند فورد، مزدا، جنرال‌الکتریک، ماتسوشینا، ای .تی اند.تی (AT&T) و الیویتی محصولاتی چند تولید شده است. احتمال دارد بسیاری از شرکتها در طی دهه ۱۹۹۰ با عملکرد یکپارچه، بهترین شبکه جهانی تولید، توزیع، و بازاریابی را به وجود آورند.

۲- تغییرات اقتصاد جهانی

در طول چند دهه گذشته، قسمت بزرگی از جهان فقیرتر شده است. به واسطه تغییرات کند اقتصاد جهانی، بازاریاب‌ها و مصرف‌کنندگان دورهٔ دشواری را

می‌گذرانند. نیازمندیهای مردم در سرتاسر دنیا زیادتر از قبل شده است، اما در بسیاری از مناطق مردم فاقد قدرت پرداخت برای کالاهای موردنیاز خود هستند.

در ایالات متحده اگر چه دستمزدها افزایش پیدا کرده است، اما قدرت خرید واقعی خصوصاً برای کارگران نیمه‌ماهر کاهش یافته است.

بسیاری از خانوارهای امریکایی بدلیل کار کردن هر دو نفر در خانواده (زن و شوهر) قادر به حفظ قدرت خرید خود بوده‌اند. هرچند که بسیاری از کارگران به خاطر کوچک شدن ابعاد تولید و قطع هزینه‌ها توسط کارفرمایان، کارخود را در کارخانه از دست می‌دهند.

شرایط جاری اقتصاد، دو مشکل و فرصت را برای بازاریاب‌ها بوجود آورده است. بسیاری از شرکتها به خاطر روبرو شدن با کاهش تقاضا، فرصت‌های کمی را برای رشد می‌بینند. از سوی دیگر، برخی از سازمانهای درحال توسعه بدنبال راه حل‌هایی هستند که درخدمت مشکلات فزاینده مصرف‌کننده‌ها قرار گیرد. بسیاری از شرکت‌ها بدنبال پیداکردن روشهایی می‌باشند که مصرف‌کننده در ازای پرداخت پول کمتر، رضایت بیشتری را از مصرف کالا بدست آورد. به‌عنوان نمونه، سازمان عمده فروشی امریکا موسوم به وال - مارت که در رهبریت بازار قرار گرفته است براساس دو اصل که برسر در تمام مغازه‌هایش نوشته شده فعالیت می‌کند. این دو اصل عبارتند از:

۱- رضایت شما تضمین می‌شود.

۲- با پرداخت پول کمتر بیشتر خرید کنید

زمانی که می‌خواهید وارد فروشگاههای زنجیره‌ای وال - مارت شوید، مرد آراسته‌ای برای خوشامدگویی آماده است و مشتری می‌تواند مجموعه عظیمی از کالاهای مرغوب را با قیمت‌های بسیار نازل روزمره پیدا کند. این مسئله که مصرف‌کنندگان در جستجوی ارزش هستند رشد قارچ‌گونه فروشگاهها و مراکز حراج را، به خوبی توضیح می‌دهد. این اصل حتی برای کالاهای لوکس هم صادق است. به‌عنوان مثال تویوتا، اتومبیل لوکس موفقیت‌آمیز خود به نام Lexux را با شعار زیر وارد بازار نموده است.

«شاید برای اولین‌بار معامله یک ماشین ۷۲۰۰۰ دلاری در مقابل یک ماشین ۳۶۰۰۰ دلاری هنوز هم به نظر جذاب و موفق بیاید.»

۳- دعوت به تعهد اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی بیشتر

در حال حاضر، سومین عامل مهم در محیط بازاریابی، دعوت از بیشتر شرکتها برای احترام به جامعه، وبرخورد غیرمخرب با محیط زیست در فعالیت‌هایشان می‌باشد. امروزه تعهدات اخلاقی شرکت‌ها تقریباً تبدیل به عنوانی پرجنجال در عرصه فعالیت‌های تجاری شده است. شرکتهای اندکی می‌توانند احیای مجدد محیط را نادیده بگیرند، هرچند که جنبش محیط زیست این کار را شدیداً پیگیری می‌کند.

در آینده از کمپانی‌ها بیشتر خواسته خواهد شد به تعهدات اخلاقی پایبند باشند و مسائل محیط زیست را رعایت نمایند. برای نمونه می‌توان پیشرفتهای اخیر محیطی را درنظر گرفت. جهان غرب، پس از سقوط کمونیسم و پی بردن به سهل‌انگاری سنگین حکومتهای بلوک شرق در نگهداری از محیط زیست شوکه شده است.

در بسیاری از کشورهای اروپای شرقی، آلودگی هوا و آب و همچنین آلودگی خاکها به واسطه دفن مواد شیمیایی دیده می‌شود. در ماه ژوئن ۱۹۹۲ ، نمایندگان بیش از یکصد کشور جهان در اجلاسیه زمین در ریودوژانیرو گرد هم آمدند تا چگونگی برطرف کردن مشکلاتی همچون، تخریب جنگل‌ها به وسیله باران‌های اسیدی، زمین‌گرمایی به خطر افتادن گونه‌های موجودات زنده، و دیگر تهدیدات زیست محیطی را بررسی نمایند. مشخصا، در آینده شرکتها باید برآن باشند تا میزان مسئولیت‌های خود در قبال استانداردهای بالای محیطی را در فعالیت‌های بازاریابی و تولیدات کارخانه‌ای افزایش دهند.

چشم‌انداز جدید بازاریابی

در دهه گذشته شرکتهای بازرگانی درسهای زیادی آموختند، برای مثال آموختند که مدت زمان زیادی نمی توانند از بازارهای جهانی و رقابت در آن چشم‌پوشی کنند. شرکتهای موفقی که در صنعت رشد کرده‌اند، آموختند که از پدیدآمدن بازارهای جدید، تکنولوژی و روشهای مدیریتی نمی‌توانند چشم‌پوشی کنند. شرکتها از هرنوعی که باشند یاد گرفتند که دیگر نمی‌توانند ذاتاً در یک رشته متمرکز باقی بمانند بدین‌خاطر است که در شناخت نیازهای مشتری دچار اشتباه می‌شوند.

بیشترین شرکتهای قدرتمند امریکایی در طول دهه ۷۰ شامل جنرال موتور، SEARS و RCA بودند، اما این سه شرکت عظیم در بازاریابی دچار اشتباه شدند و امروزه در تقلا و کشمکش برای بازاریابی محصولات خود هستند. هر یک از آنها شکست خوردند تا تغییرات بازار ومشتریان و ارزش تهیه نیازهای مشتری را درک کنند.

جنرال موتورز تلاش می‌کند دریابد که چرا بسیاری از مشتریها در سرتاسر دنیا به سمت اتومبیل‌های اروپایی و ژاپنی گرایش پیدا کرده‌اند شرکت MIGHTY SEARS با تقسیم سهام بین بخشهای متداول و فروشگاههای اختصاصی از یک طرف و کاهش تولید انبوه از سوی دیگر، راه خود را گم کرده است.

شرکت RCA ، مخترع بسیاری از تولیدات جدید است. اما هرگز کاملاً به هنر بازاریابی آشنایی پیدا نکرده و اکنون نام خود را روی محصولاتی گذاشته است که به‌طور وسیعی به آسیا صادر می‌شود.

در دهه ۱۹۹۰ ، شرکتها باید توسط مشتری بیشتر شناخته شوند و بازارها را در تمامی زمینه‌های فعالیتشان به جلو ببرند.

تنها کافی نیست که شرکتها در تولید تکنولوژی جدید سخت‌کوش باشند. هنوز هم بسیاری از شرکتها تولیدات خود را بدون در نظرگرفتن مشتری عرضه می‌کنند و رد یا قبول محصولات توسط مشتری را در بازار متوجه می‌شوند بسیاری از شرکتها مشتریان خود را پس از فروش فراموش می‌کنند و به‌همین دلیل آنها را در کسب و کار آینده‌شان از دست می‌دهند.

جای شگفت نیست که کتابهای فراوانی با عناوین مختلف مانند، شرکت مشتری‌گرا، حفظ مشتری، مشتری برای زندگی، تنها به این موضوع فکر کنید که مشتری در مرکز فعالیت‌های شما قرار دارد، خدمات کامل جهت مشتری اسلحه‌ای نامحدود در بازار وجود دارد. این کتابها تاکید می‌کنند که برای دهه ۱۹۹۰ کلید موفقیت تمرکز قوی روی بازار و کل تعهد بازاریابی فراهم آوردن ارزش و ارزش قائل شدن برای مشتری خواهد بود.

□

مأخذ: کتاب

Principles of marketing

نوشته Filip Rotler

نقش اتاقهای مشترک بازرگانی در روند توسعه روابط تجارت خارجی

از : ابراهیم نعمان‌فر

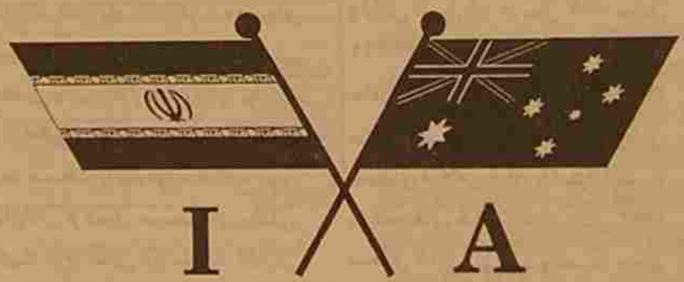
تأسیس اتاقهای مشترک بازرگانی که اکنون با نظراتی صائب و دقیق توسط اتاق بازرگانی وصنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران به دو برابر افزایش یافته یکی از اساسی‌ترین و بارزترین اهداف گسترش مراودات تجاری و صنعتی بین کشورهای جهان است، این‌گونه اتاقها، با تمرکز منابع اطلاعات اقتصادی و بازرگانی، می توانند استحکام، دوام و توسعه بازار تجارت را عملاً در کشورهای دور دست دنیا تحقق بخشند. اعضای این اتاقها به‌عنوان شخصیت حقیقی و حقوقی باتجربیات علمی و عملی، پس از سالها ممارست در گستره مبادلات بازرگانی و معامله با افرادمختلف و شرکتهای گوناگون داخلی وخارجی نقش مهم و اساسی در رونق تجارت ایفا می‌کنند. همین افراد،که پایه‌های استوار این اتاقها را پی‌ریزی کرده‌اند، قادر به انجام بزرگترین و جامع‌ترین معاملات صنعتی و بازرگانی جهان هستند .

واژه انگلیسی "اتاق" (chamber) که تعابیر زیادی از آن مستفاد می‌گردد گونه گون بودن روند تجارت را در ذهن متبادر می‌سازد. تنوع مبادلات تجاری و صنعتی به حدی وسیع و گسترده است که در برخی نقاط گیتی که هنوز ابتدائی‌ترین وسائل زندگی بدان‌جا راه نیافته است معامله و تجارت نفوذ کرده و رخ می‌نماید. این گستردگی تنوع می‌بایست تحت سیستمی نوین و نظامی هماهنگ قرار گیرد تا اطلاعات وسیع بازرگانی بین تجار جهان بنحوی مطمئن ومؤثر توزیع شود.

این امر میسر نخواهد شد مگر با تشکیل اتاقهای مشترک بازرگانی، زیرا این منابع وکانونها مانند چترهای فراگیری خواهند بود که می توانند بوسیله اعزام هیأت‌های مختلف و تبادل اطلاعات دارندگیها و توانائی‌هایشان را در بستر توسعه و رونق صنعت و تجارت شهر وکشورشان جاری و ساری نمایند. تولیدات گوناگون هرکشور زمانی سایر بازارهای جهان را مسخر خواهد نمود که در پوشش استانداردهای جهانی به دنیا عرضه شود. براساس همین انگیزه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران در تأسیس اتاقهای مشترک همت گمارده تا از این طریق رونق تجارت را در سطوح همه جانبه بخش خصوصی توسعه دهد.

اتاق‌های مشترک بازرگانی‌که تاکنون در راستای تقویت امور بازرگانی و مبادلات تجاری و صنعتی خارجی بخش خصوصی ایران تأسیس گردیده است عبارتند از :

اتاق مشترک بازرگانی ایران و آلمان، اتاق مشترک بازرگانی ایران و ارمنستان، اتاق مشترک بازرگانی ایران و ایتالیا، اتاق مشترک بازرگانی ایران و بلژیک، اتاق مشترک بازرگانی ایران و فرانسه اتاق مشترک بازرگانی ایران وکانادا، کمیته مشترک ایران وکره، اتاق مشترک بازرگانی ایران و روسیه، اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکمنستان، اتاق مشترک بازرگانی ایران و استرالیا.



فعالیت بازرگانی بعضی از اتاق‌های مشترک از دیرباز در روند گسترش تجارت و صنعت بخش خصوصی کشور کارائی و قابلیت چشمگیری داشته است که با تشریک مساعی آنها مراودات مؤثر و عمیق تجارت خارجی کشور در بخش خصوصی نمودار شایسته و بارز این قبیل فعالیتهای بازرگانی است.

دیگر عامل مؤثر تشکیل اتاق‌های مشترک آن است که دوری راه و عدم امکانات حصول به مبادلات بازرگانی راکه عامل بازدارنده و موجب کندی روابط بازرگانی می‌شود از میان بر می‌دارد، زیرا حضور مقامات مسئول کشورهای خارجی برای تشکیل اتاق‌های مشترک خود سکوی پرتابی است که بخش خصوصی می‌تواند با کسب اطلاعات تجاری و موقعیت جغرافیائی کشورهای جهان از آن استفاده وافر ببرد. اخذ توانمندیهای صنعتی و بازرگانی، آشنائی به بازار، تنوع محصولات تولیدی و مصرفی از جمله فاکتورهائی هستند که بدون کاربرد هزینه‌های هنگفت موجب تسهیل در تبادل اطلاعات تجاری، امور حمل و نقل، امورگمرکی، سیستم‌های بانکی، گشایش اعتبار که از پایه‌های اساسی معاملات بازرگانی پویا و محکم است خواهد شد.

اتاق مشترک بازرگانی جدیدالتأسیس ایران وا سترالیا که مورد بحث این مقوله است با تفکری نوین و با علاقه‌مندی بخش خصوصی دوکشور پایه‌ریزی شد. حضور سفیر و وابسته بازرگانی سفارت استرالیا در تهران در گفتگوهای مقدماتی مردادماه ۷۳ رنگ و جلای دیگری به تأسیس این اتاق داد و فصل نوینی را در زمینه گسترش تجارت بخش خصوصی بین دو کشور گشود. با تأسیس این اتاق مناسبات بازرگانی و تعهدات تجاری دو کشور از استحکام ویژه‌ای برخوردار خواهد شد و نکات مبهم مراودات روشن می‌گردد.

اجلاس کانبرا

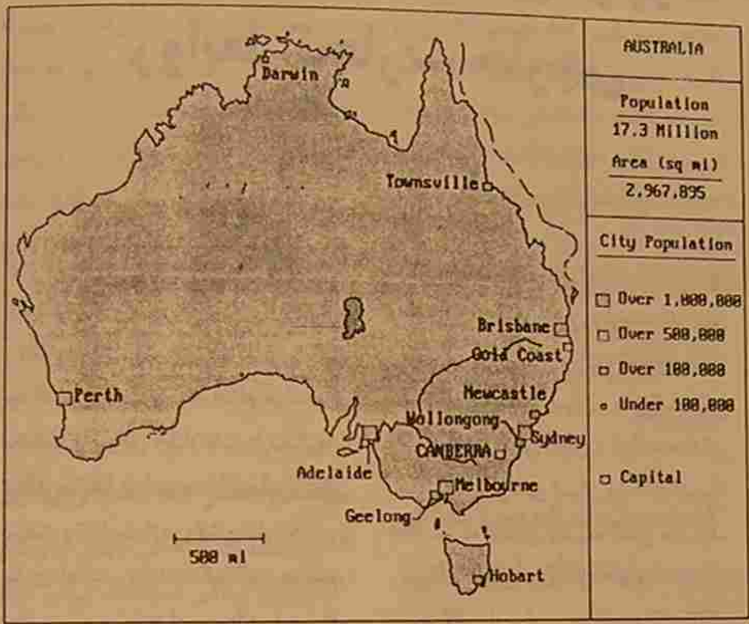
براساس نیازها و علاقه‌مندیهای دو

کشور و نظرات مساعد دولت مردان اقتصادی ششمین اجلاس کمیسیون همکاریهای ایران و استرالیا در شهر کانبرا تشکیل شد. در این اجلاس مذاکرات مبسوطی انجام گرفت مبنی براین که ایران و استرالیا می توانند پایگاههای اقتصادی و بازرگانی یکدیگر در خاورمیانه و خاوردور باشند. بخش خصوصی دو کشور برای گسترش مبادلات بازرگانی و حفظ موازنه تجارت و صنعت باید کلید توسعه همکاریهای دوجانبه را جهت بهره‌وری بیشتر به چرخش در آورند.

در طول اجلاس در زمینه‌های کشاورزی، تسطیح زمین، جنگل‌داری، ماهیگیری، معدن، انرژی، امور بازرگانی، امور مالی، حمل و نقل و تکنولوژی دامپزشکی، گوشت منجمد گاو و گوسفند برای صدور به ایران دو پروتکل به امضاء رسید. از دست آوردهای این اجلاس همکاری در زمینهٔ آموزش کشاورزی بین وزارت کشاورزی و دانشگاه "ادلاند" استرالیا را می توان نام برد. دیگر موارد مورد علاقه و قابل توجه که در آینده مورد بررسی قرار خواهد گرفت زیست‌شناسی، مدیریت محیط زیست، قرنطینه و صنعت و معدن است که دو کشور بویژه در زمینه صنعت و معدن تمایل و گسترش آنرا ابراز داشته و وزارت صنایع و معادن قرار است با همکاری دانشگاه "کورتین" استرالیا یک دانشگاه بین‌المللی معدن در جزیره قشم تأسیس نمایند.

حمل ونقل و راماندازی خطوط هواپیمائی توسط کارشناسان استرالیائی برای سهولت مناسبات بازرگانی، تجهیزات و خدمات پستی، تحکیم و پشتیبانی از گشایش‌های اعتباری، رفع مشکل پرداختها از جمله مواردی هستند که باید در جهت استحکام و دوام روابط تجاری شرکتهای ایرانی و استرالیائی به دقت مورد بحث قرار گیرد.

دو کمیته توسعه صادرات ایران به استرالیا و کمیته بررسی و رفع مشکلات حمل ونقل بین ایران و استرالیا که از اساسی ترین ستونهای این اتاق است تشکیل گردیده تا بعد مسافت بین دو کشور معاملات اقتصادی را به فتور وکندی نکشاند. استرالیا، برخلاف جمهوریهای آسیای مرکزی که در موقعیت جغرافیائی مناسبی با ایران قرار دارند، دارای توانائیها و دارندگیهای شایان توجهی است که این بعد مسافت را باوجود امکانات نوین بازرگانی از قبیل سیستم‌های بانکی، تثبیت نرخ، تبدیل ارز، سهولت گشایش اعتبار و مبادلات تجاری با کشورهای آسیائی و تجربیات فراوان از بین می‌برد.



موقعیت اقتصادی و جغرافیائی استرالیا

وسعت خاک استرالیا ۷۶۸۲۳۰۰ کیلومترمربع (ششمین کشور جهان) با جمعیتی بالغ بر ۱۷/۳ میلیون نفراست. واحد پول این کشور دلار و ارزش برابری آن نسبت به دلار آمریکا برابر ۰/۷۰۴ است، نوع حکومت فرمانداری کل و تولید ناخالص ملی (GNP) درسال ۱۹۹۰ حدود ۲۹۰/۵ میلیارد دلار بوده است، حجم و ارزش کل واردات در سال ۱۹۹۳ معادل ۴۲/۴۴۱ میلیون دلار و حجم و ارزش کل صادرات در سال ۱۹۹۳ بالغبر ۴۲/۷۲۳ میلیون دلار بوده است، مبادلات تجاری جمهوری اسلامی ایران با استرالیا نسبت به کشورهای خاورمیانه در سال ۱۹۹۳ معادل ۲۱٪ $\frac{۳۰۹}{۱۴۶۳}$ و نسبت حجم معاملات تجاری استرالیا با ایران نسبت به کل جهان ۰/۷ ٪ $\frac{۳۰۹}{۴۲۷۲۳}$ بوده است

موقعیت صنعت نساجی استرالیا در جهان

استرالیا یکی از بزرگترین کشورهای صنعتی جهان است که محصولات صنعتی آن بیشتر به کشورهای آسیائی، آمریکا، انگلستان، آلمان، زلاندنو، چین، ژاپن، کره جنوبی و سنگاپور صادر می‌شود ماشین‌آلات کشاورزی و صنعتی، قند وشکر، پارچه، پشم، مواد لبنی وکشاورزی جزء مهمترین اقلام صادراتی این کشور بشمار می‌رود، پشم استرالیا و نوع مرینوس آن در تمام جهان مشهور است. شصت درصد از محصولات پشمی و پارچه‌های جهان بافت استرالیا است. گستردگی و مدرنیزه بودن صنعت نساجی در استرالیا بخاطر وجود منابع طبیعی و مواد اولیه این صنعت از رونق قابل توجه‌ای برخوردار است که در این زمینه به جهت وجود تجربیات عمیق و وافر صنایع نساجی در ایران می توان اذعان کرد ی همکاریهای دو جانبه در این مورد باعث استحکام و هم‌چنین تبادل تکنولوژی و گسترش آن بین دو کشور خواهد شد. در بدوامر توسعه این صنعت زمینه‌ساز صدور دیگر محصولات ایران از قبیل سنگ مرمر، فرش، زعفران، صنایع دستی وخشکبار خواهد شد.

افزایش سهم کشورهای درحال توسعه در بازرگانی بین المللی

از: مرکز تحقیقات وبررسیهای اقتصادی اتاق ایران

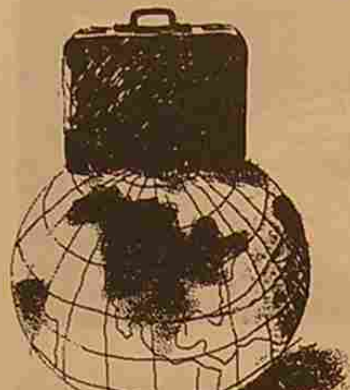
باشکل‌گیری دوراقتصادی جدیدی که جهان به تازگی در آن گام نهاده، بازرگانی منطقه‌ای به معنای واقعی خود،درفته‌رفته جایگزین بازرگانی بین‌المللی به شکل کلاسیک آن می‌شود. از این رو گفته می‌شودکه بازرگانی جهانی از لحاظ کمی و حجمی(مالی)جای خود را به بازرگانی منطقه‌ای می‌سپارد.

بررسی حرکات بازرگانی بین‌المللی گویای این واقعیت آشکار است که کشورهای روبه رشد به عنوان یک گروه، جامعه یا منطقه‌ی اقتصادی هر روز بیش از پیش در بازرگانی بین‌المللی از سهم بیشتر وبالاتری برخوردار می‌شوند.

تجزیه آمار وارقام داد وستدهای بازرگانی خارجی کشورها نشان می‌دهد که هم اکنون کشورهای جهان سوم حدود ۲۵ درصداز کل صادرات جهان رابه خود اختصاص داده‌اند، درحالی‌که این رقم در دو دهه‌ی پیش حدود۱۹ درصد ودریک دهه‌ی پیش حدود۲۱ درصد بوده است.

نتایج بدست آمده از بررسیهائی که درخصوص بازرگانی خارجی کشورها بعمل آمده نشان می‌دهد که یکی از عمده‌ترین دلیل‌های افزایش سهم کشورهای روبه توسعه در بازرگانی بین‌المللی افزایش تولیدات کارخانه‌ای در بازرگانی جهانی است که درسال ۱۹۹۳ حدود بیست درصد یادوبرابر یک دهه پیش وچهار بار بیش از سال ۱۹۶۳ بوده است. دراین میان باید توجه داشت که درمیان منطقه‌های درحال رشد وتوسعه، آسیا و آمریکای لاتین هم‌اکنون عمده‌ترین مقام را در میان صادرکنندگان تولیدات کارخانه‌ای از آن خود کرده‌اند. صادراتی که حجم آن برابر ۸۰ درصد حجم صادرات آسیاو ۵۰ درصد حجم صادرات آمریکای لاتین را تشکیل می‌دهد. واین تغییرجهتی است که از دهه‌ی گذشته به گونه‌ای فوق‌العاده و درخور اهمیت در آسیا و امریکای لاتین درخصوص صادرات تولیدات کارخانه‌ای رخ داده است، درحالی‌که آفریقا و خاورمیانه همچنان به صادرات موادخام واولیه ادامه می‌دهند و سهم آنها در صدور تولیدات کارخانه‌ای در هیچ موردی بیش از ۲۰ درصد نیست.

بهرحال بررسیهائی که درزمینه مورد اشاره بعمل آمده نشان می دهد که: افزایش سهم کشورهای روبه توسعه، دربازرگانی جهانی ناشی از گسترش بازرگانی جهانی واثرات آن بربازرگانی کشورهای روبه توسعه بوده است. همانگونه که رشد اقتصادی کشورهای روبه توسعه درسالهای ۹۰-۱۹۸۵ بمراتب پائین تر وکندتر بوده است، عکس آن نیز در سالهای ۹۳ - ۱۹۹۱، زمانی که کشورهای عضؤ سازمان همکاریهای اقتصادی وتوسعهٔ (OECD)بارکود روبه رو بودند، صادق است. دراین سالها کشورها مذبور از رشد بی‌سابقه‌ای در زمینه بازرگانی خارجی درسنجش باکشورهای پیشرفته ازیکسو، ورشد اقتصاد جهانی، از سوی دیگر، برخوردار بوده‌اند. نکته درخور توجه این که دراین دوره توسعه واردات



وصادرات کشورهای کمتر پیشرفته وبه بیان درست تر عقب مانده، نسبت به متوسط رشد جهانی، که سطح فوق‌العاده پائین تری قرار داشته است. اما در مورد واردات و صادرات افریقا و خاورمیانه باید یادآور شد که بهرحال رقم مربوط تا حدی بمراتب پائین تر از متوسط مربوط درسطح جهان دردوره ۹۰-۱۹۸۵، بویژه درسال‌جاری قرار داشته است.

درصد سهم کشورهای درحال توسعهٔ دربازرگانی بین المللی

نرخ تولیدات	تولیدات کشاورزی		تولیدات معدنی		تولیدات صنعتی		جمع	
منطقه	۱۹۹۱	۱۹۹۳	۱۹۹۱	۱۹۹۳	۱۹۹۱	۱۹۹۳	۱۹۹۱	۱۹۹۳
کشورهای‌درحال توسعه	۲۳/۵	۲۴/۸	۵۲/۱	۵۲/۱	۱۷/۹	۲۵	۲۲/۶	۲۵/۱
امریکای لاتین	۹	۸/۹	۹/۶	۹/۴	۲/۴	۲/۹	۴/۲	۴/۴
افریقا	۳/۸	۳/۵	۱۱/۵	۱۰/۴	۰/۷	۰/۷	۲/۹	۲/۵
خاورمیانه	۱/۱	۱/۱	۲۰/۸	۲۱/۵	۰/۸	۰/۸	۳/۵	۳/۴
آسیای‌درحال توسعه	۱۳/۱	۱۴/-	۱۰/۴	۱۰/۹	۱۳/۹	۱۶	۱۳/۱	۱۴/۸

نکته دیگری که توجه به آن درخوراهمیت است این که واردات وصادرات کشورهای روبه توسعه به گونه‌ای بسیار ناخوشایند وابسته به بازرگانی جهانی است، بویژه در زمینه موادخام واولیه که تقاضا، واقعاً تحت فشار ورکود، درکشورهای روبه توسعه حاکم بوده است.

درحالی که نرخ رشد صادرات درامریکای لاتین درسال جاری بمراتب پائین‌تر از متوسط نرخ رشد جهانی صادرات بوده است . ولی نرخ رشد واردات تاحدودی بالاتر از متوسط نرخ واردات جهانی اعلام شده است.

در سنجش داده‌های اقتصاد بین‌الملل بویژه آمار وارقام مبادلات بازرگانی جهانی ملاحظه می‌شود که درکشورهای روبه توسعه، نرخ رشد بازرگانی خارجی آنها دراین دوره رقمی درحدوده درصد بوده وبه سرعت افزایش یافته است.

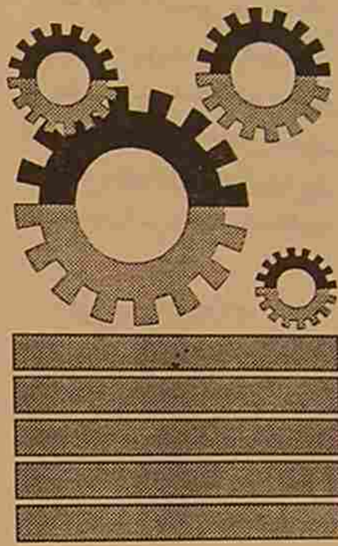
ناگفته نماند که درهمین دوره نرخ رشد تقاضا برای واردات بمراتب بیشتر وسریعتر بوده است. آسیا دراین دوره نه تنها سهم خودرا در صادرات گسترش داده،بلکه بازارهای خود رانیزبه روی صادرات سایرکشورها به سرعت گشوده است.

درمیان کشورهای شاخص در زمینهٔ توسعه بازرگانی درسالهای ۹۳-۱۹۸۰ پانزده کشور پویا وجود داشته که کلاً از جمله کشورهای روبه توسعه بوده‌اند. نرخ رشد بازرگانی خارجی این پانزده کشور به طور متوسط ۹ درصد بوده است. این کشورها عبارتند از:بوتسوانا، چین، گینه فرانسه، پولنزی، هنگ کنگ، جمهوری کره، ماکائو، مالزی، مالدیو،موریس، مکزیک،سنگاپور،تایپه ، تایلند ، ترکیه ، و ویتنام.

مأخذ : نشریهٔ FOCUS NEWSLETTER شمارهٔ ۴ سال ۱۹۹۵

برگردان:مهرآفرین

صنعت



توسعه صنعتی ایران
تجربه گذشته واستراتژی آینده

دکتر علی رشیدی

۱- توسعه صنعتی - تجربه جهانی

رشد و توسعه اقتصادی کشورهای اروپا، قاره آمریکا و ممالک خاوردور و اقمار آنها هریک با فاصله‌های زمانی خود در سه قرن اخیر، تنها در سایه پیشرفت فنی و تکنولوژیکی وکاربرد آن در صنعت تحقق یافته است. محیط اجتماعی و سیاسی و قضائی مساعد برای فعالیت سوداگران وکارآفرینان، رغبت سرمایه‌گذاری در نوآوریهای فنی وتکنولوژیکی را تشدید وانگیزه سودجوئی و رقابت، کاربرد تکنولوژی‌های تازه بدست آمده را همراه با قبول ریسک وهزینه تجربه،تشویق کرده‌است. به عبارت دیگر رشد وتوسعه اقتصادی پایدار دنیای غرب در طی سه قرن اخیر تنها در سایه رشد و توسعه صنعت وبه کمک تکنولوژیهای جدید، ابداع شده توسط اندیشمندان آنها در موسسات علمی وآموزشی وآزمایشگاهها، تحقق یافته است.

توسعه صنعتی در دوره ابتدائی،با توجه به وجود بازار وتقاضای شدید،تنهادرگرو موجودی سرمایه و سرمایه‌گذاریهای صنعتی و درجه رشد وتکامل تکنولوژی جامعه ویاقابل عرضه به سرمایه‌گذاران است. توسعه صنعتی به‌عنوان قوه محرکه توسعه ورشد کلیه بخش‌های اقتصاد و به عنوان عامل اصلی تحول درکل ساخت وبافت جامعه وروابط داخلی وبین‌المللی آن عمل کرده است. افزایش درآمدها بدنبال افزایش اشتغال، تدریجاً تقاضا برای کالاهای مصرفی غیرغذائی، کالاهای نیمه ضروری وکالاهای تجملی و مخصوصاً تقاضا برای خدمات را افزایش می‌دهد و بالارفتن سطح زندگی راکه مشخصه اصلی آن ازدیاد وتنوع مصرف است بوجود می‌آورد. افزایش سهم صنعت و تولیدات صنعتی درکل تولید جامعه، افزایش اشتغال صنعتی، کاهش اشتغال دربخش کشاورزی وسهم آن در تولید کل، افزایش سهم بخش خدمات واشتغال در فعالیت‌های خدماتی، ازدیاد شهرنشینی،افزایش نقش و مسئولیت‌های دولت، متنوع وپیچیده‌تر شدن روابط اجتماعی، اقتصادی وسیاسی جامعه، پیداشدن تشکل‌ها ونهادهای سیاسی و اقتصادی واجتماعی تازه و ابداع واشاعه تکنیک‌های مدرن برای تنظیم روابط ونگاهداری حسابها ووضع قوانین ومقررات ودستورالعمل‌ها تازه واز همه بالاتر تخصصی‌شدن کارها وفعالیت‌ها وتشدید وابستگی متقابل چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی (برپایه اصل برتری‌نسبی) جملگی‌ازپی امدهای طبیعی روند توسعه صنعتی است. توسعه صنعتی پایدار در عصر ما در گرو عوامل و پدیدهایی است که بعضاً در قرون گذشته ومخصوصاً برای پیشگامان نهضت صنعتی و انقلاب صنعتی مطرح نبوده است. عوامل مؤثر در توسعه صنعتی درجهان امروز عبارتند از:

۱- محیط اجتماعی، سیاسی، قضائی مساعد برای توسعه و رشد اقتصادی ومخصوصاً توسعه صنعتی که به صورت عزم واراده ملی وهمگانی برای توسعه صنعتی وبرنامه وهدف توسعه صنعتی متجلی می‌گردد.

۲- تجهیز کلیه منابع مالی، انسانی، آموزشی و تکنولوژیکی جامعه برای توسعه صنعتی، از بین این عوامل، مشخصه اصلی، میزان سرمایه‌گذاری فزاینده صنعتی درجامعه و مخصوصاً و تداوم روند آن است که بمرور ظرفیت و قدرت توسعه صنعتی جامعه را تقویت وبرسرعت رشد وتوسعه صنعتی می‌افزاید.

۳- عرضه کافی وتکاملی علوم وفنون کاربردی پاسخگوی نیازهای صاحبان صنایع در صحنه رقابت‌های داخلی و بین‌المللی، که خود این امر مستلزم زنده وپویابودن دانشگاهها وموسسات علمی و آموزشی است.

۴- بازبودن و دوطرفه‌بودن مبادلات ودادوستدهای بین‌المللی که نه تنها بازارهای داخلی رابه بازارهای جهانی برای کالاها و خدمات مرتبط نماید بلکه امکانات انتقال تکنولوژی، مدیریت واستانداردها را فراهم سازد بازبودن اقتصاد و وجود رقابت نه تنها امکانات فروش کالاهای صنعتی کشور در خارج را ارائه می‌دهد و در داخل کار واشتغال و درآمد و افزایش مقیاس تولید می‌آفریند بلکه از بیراهه رفتن و هدردادن امکانات محدود سرمایه‌ای کشور جلوگیری می‌نماید.

۲- توسعه صنعتی - تجربه ممالک شرق آسیا

تجربه موفق کشورهای تازه صنعتی شده شرق وجنوب‌شرقی آسیا در ربع قرن اخیر اطلاعات دقیقتر وجزئی‌تری را در زمینه راه توسعه صنعتی در اختیار ما می‌گذارد. این تجارب نشان می‌دهد که توسعه صنعتی از راه و به کمک عوامل

وابزار زیر حاصل شده است :

۱- محیط مساعد اجتماعی، سیاسی، قضائی جاذب ومشوق سرمایه گذاری صنعتی. احساس آرامش ورضایت نسبی شهروندان از زندگی درمحیط ودررابطه با حکومت، بطورفزاینده قبول وظیفه و مسئولیت درامرسازندگی ملی وتوسعه ورشد اقتصادی، اجتماعی وفرهنگی را تسهیل کرده است. مشارکت اجتماعی، اقتصادی روزبروز دراثر وحدت آرمانهای سیاسی واجتماعی و مشارکت در مواهب رشد اقتصادی بیشتر شده است. نقش رهبران سیاسی ـ اقتصادی واجتماعی جامعه وجهان‌بینی و آینده‌نگری آنها در ایجاد محیط مساعد برای فعالیت وارائه الگو برای کل جامعه اهمیت حیاتی داشته است.

۲- روی کارآمدن دولتهای قوی، هدفمند، صادق، دلسوز و دارای کارائی که توانسته‌اند اهداف رشد وتوسعه ملی را درقالب برنامه‌های اجرایی با مشارکت مؤثر بخش خصوصی تحقق بخشند و برای ملت خود درسطح جهانی اعتبار وحیثیت تازه‌ای کسب نمایند و در سازمانهای مالی وپولی وتجاری بین‌المللی مشارکت مؤثر داشته باشند.

۳- پیدایش وتقویت طبقه متوسط باقدرت خرید روبه‌تزاید درجامعه که ازیک طرف تقاضای مؤثر را درجامعه افزایش داده واز طرف دیگر موجبات افزایش دائم سطح پس‌انداز ملی را فراهم ساخته است.

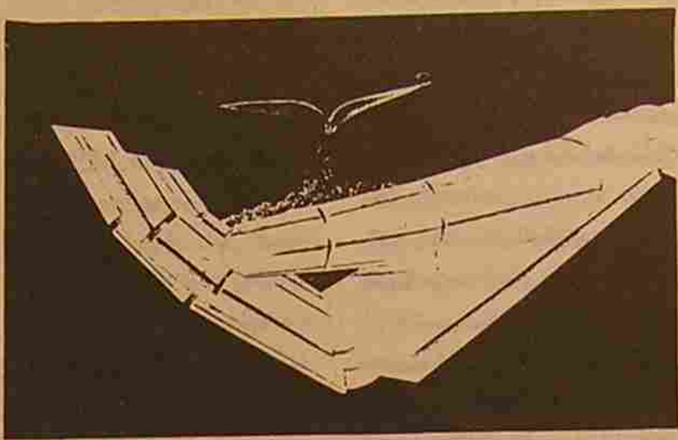
۴- رشد مداوم وقدرتمند بخش خصوصی همراه با جسارت وشهامت که نه تنها پهنه اقتصاد داخلی راصحنه ابداعات ونوآوریها و عرضهٔ کالاها و خدمات خود ساخته است‌بلکه توانسته است مشارکت، همکاری وحتی رقابت خارجی رابه عاملی برای رسوخ به بازارهای جهانی وهم طرازی باغولهای صنعتی غرب تبدیل نماید.

۵- اعمال سیاست‌های مالی وپولی صحیح توسط دولتها باتوجه دقیق به اصول علم اقتصاد،مخصوصاً کنترل تورم ومثبت نگاه داشتن بازده پس‌اندازها که خود عامل مهمی برای تشویق پس‌اندازها و توزیع عادلانه درآمدها بوده است.

۶- تشویق مداوم سرمایه گذاریهای صنعتی خصوصی باباﻻتگاه داشتن سودآوری سرمایه‌ها از راه‌کنترل هزینه‌ها وبهبود کارائی و هدایت پس‌اندازها و سودهای توزیع نشده به سوی سرمایه گذاری که به تقویت پایه سرمایه‌ای و تنوع صنایع جامعه منجر گردیده است.

۷- کوشش در افزایش مداوم سهم ارزش افزوده محصولات صنعتی در تولید ناخالص ملی که نه تنهاایجاد و رشد اشتغال صنعتی را به‌عنوان پیشتاز جاذب نیروی کار جوان وکارآمد محصول دانشگاهها، ممکن ساخته است، بلکه روزبروز باتامین بیشتر نیازهای بخش صنعت وسایربخش‌ها به ماشین آلات قطعات ومواد اولیه وکالاهای ساخته شده، همبستگی درونی وداخلی بخش‌های اقتصاد ملی راتشدید وتقویت کرده‌است .

۸- بهره‌برداری از امکانات فنی و تکنولوژیکی وسرمایه‌ای ونرم‌افزاری خارجی اعم از منطقه‌ای وجهانی برای توسعه صنعتی وایجاد صنایع واسطه واحداث حلقه‌های مفقوده صنعت، که دستیابی به آنها تنها از راه مشارکت



وهمکاری با دنیای خارج امکان‌پذیر بوده است.

۹- توجه‌به‌بخش خدمات در روابط اقتصادی بین‌المللی (بیمه، بانکداری، توریسم، حمل ونقل وارتباطات) بمنظور کسب درآمدهای ارزی و تامین نیازهای ارزی واردات ماشین آلات وقطعات وتکنولوژیکی وحفظ وتقویت ارزش بین‌المللی پول کشور.

۱۰- اصلاح ویاوضع قوانین ومقررات لازم وایجاد تاسیسات مالی وپولی مناسب به‌منظور ایجاد بازارهای مالی رقابت‌آمیز وامکانات عرضه پس‌اندازهای داخلی وجذب سرمایه‌های غیرمستقیم ومستقیم خارجی.

۱۱- تدوین و تعقیب جدی استراتژی توسعه صادرات کالاهای صنعتی به‌عنوان قوه محرکه توسعه اقتصادی ، فنی، تکنولوژی و مدیریتی کشور وتنظیم قوانین ومقررات، سیاست‌های تجاری، مالی، مالیاتی وارزی درجهت موفقیت استراتژی ملی توسعه صادرات صنعتی.

۱۲- تغییر وتکامل تدریجی نقش دولت از تسلط وانحصار ودخالت مستقیم به مشارکت و همکاری بابخش خصوصی و سپس یافتن نقش ستادی برای تنظیم قوانین ومقررات و سیاست‌گذاری ونظارت برعملکرد صحیح مکانیزم بازار ورفع بحرانها و عدم تعادلها.

۳- توسعه صنعتی - تجربه ایران

توسعه صنعتی ایران اگرچه سابقه‌ای شصت ساله دارد، ولی سیاست توسعه صنعتی برمبنای تقویت بخش خصوصی وایجاد صنایع تولید کالاهای مورد نیاز عامه (جانشین واردات) از سال ۱۳۳۷ وپس ازتعیین نرخ برابری واقع بینانه برای ریال (نرخ رسمی دلار از۳۲/۵ ریال به هردلار۷۵/۷۵ ریال افزایش یافت)بمورد اجراء گذاشته شده است. در دوره بیست سال ۵۶-۱۳۳۷ سرمایه گذاریهای صنعتی ومعدنی به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۶۱ تقریباً ۱۰ برابر وسهم ارزش افزوده بخش صنعت در تولید ناخالص داخلی از حدود۴ درصد به حدود ۲۳ درصد افزایش یافت. همچنین میزان بهره‌وری در صنعت از حدود۰/۹۰ درصد به حدود۲/۷ (۱) رسید.

از زمان انقلاب تاکنون کلیه متغیرهای اقتصادی مربوط به بخش صنعت ومعدن نوسانات شدید داشته است وهمین امر هرگونه جهت‌گیری وبهره‌برداری از امکانات ومنابع وفرصت‌ها را با مشکل مواجه کرده است.

خصائص سیاست‌ها وبرنامه‌های توسعه صنعتی وسرمایه گذاریهای صنعتی درایران در دوره اخیر بشرح زیر قابل ذکر است.

۱- سیاست‌ها و برنامه‌های صنعتی کشور بیشتر دنباله روی سیاست‌ها وبرنامه‌های گذشته بوده و یا برای پاسخگوئی به شرایط اضطراری (اعم از جنگ تحمیلی، کمبودهای ارزی یافشارهای سیاسی) تنظیم واجراء شده است.

۲- سهم بخش صنعت و معدن در سرمایه گذاری ملی، بسیار اندک، دارای نوسانات شدید وروند نسبتاً ثابت (دردوره ۷۲-۱۳۴۴ حدود۹ درصد) و درسالهای اخیر نزولی بوده است، کاهش سرمایه گذاری درصنعت ومعدن ناشی از

کاهش بهره‌وری سرمایه‌های موجود و کاهش انگیزه پس‌انداز و سرمایه گذاری بوده است.

۳- در سرمایه گذاریهای انجام شده در بخش صنعت و معدن سهم سرمایه گذاری در ماشین‌آلات به کل سرمایه گذاری نسبتاً پایین وبانوسانات شدید همراه بوده به‌نحوی که در دوره ۷۲-۱۳۵۲ سه بار پس از سقوط شدید دو تاسه برابر گردیده است.

۴- رشد بخش صنعت ومعدن به رغم سرمایه گذاریهای انجام شده نسبتاً کم وسهم صنعت در تولید ناخالص داخلی باداشتن نوسانات شدید وسیرنزولی اندک بوده است(برعکس بخش بازرگانی)

۵- سرمایه گذاریهای انجام شده بیشتر در بخش ساختمان اعم از مسکونی وتجاری و امکانات زیربنائی متمرکز بوده و بطورکلی این بخش دردوره ۷۲-۷۴،۱۳۳۸ درصد کل سرمایه گذاریها را جذب کرده است.

۶- سهم سرمایه گذاریهای بخش خصوصی دردوره ۷۰-۱۳۶۰از کل سرمایه گذاریها حدود۴۳درصد و۶۰درصد آن در بخش ساختمان متمرکز بوده است.

۷- نوسانات شدید سرمایه گذاری در ماشین‌آلات‌هم مربوط‌به‌سرمایه گذاریهای بخش‌دولتی‌وهم مربوط‌به‌سرمایه گذاریهای بخش خصوصی بوده است. ولی افت‌وخیز سرمایه گذاری‌بخش‌خصوصی‌درماشین‌آلات به‌مراتب از نوسانات مربوط به بخش دولتی بیشتر بوده است.

۸- سرمایه گذاری‌های دولتی وخصوصی درماشین‌آلات مستقیماً به موجودی ارزی و درآمدهای ارزی کشور وامکانات استفاده از اعتبارات درسطح جهانی ربط داشته است. وجود ارز دولتی فراوان وارزان درسالهای (۵۵- ۱۳۶۰-۶۲،۱۳۵۲ و۷۲-۱۳۶۸) به سرمایه گذاری بخش خصوصی در ماشین‌آلات در این سالها جهش چشمگیر داده است.

۹- ارزش افزوده بخش صنعت ومعدن متناسب باسرمایه گذاریهای انجام شده افزایش نیافته است. بهره‌وری در صنعت،که درسالهای ۵۵-۱۳۳۸ تقریباً سه برابر شده بود،درسال ۱۳۶۱ به حدود سال ۱۳۳۸تنزل کرد و درحال حاضر حدود نصف رقم مربوط به سال ۱۳۵۶ است (حدود ۱/۲۸).کاهش ارزش افزوده دربخش صنعت درسالهای بعداز ۱۳۵۵ به عواملی مانند فقدان نظام انضباطی، جابجائی مکرر مدیران بی تجربه وکم دانش،کمبودهای ارزی وپایین بودن سطح دانش فنی ربط داشته است.

۱۰- افزایش سرمایه گذاری در صنعت به افزایش اشتغال صنعتی وایجادکار منجر نشده است. گرایش بخش صنعت ومعدن به استفاده از تکنولوژی سرمایه‌بر(ارزان بودن‌عامل سرمایه)وتمرکز سرمایه گذاری درصنایع مادر ازیک طرف ومشکل‌بودن استخدام وبه کارگیری نیروی انسانی (مقررات قانون کار)ازطرف دیگر از عوامل سست‌شدن رابطه بین سرمایه گذاری وایجاد اشتغال بوده‌است.

۱۱- سرمایه گذاری درصنعت باکمک ارز ارزان دولتی،توسعه صنعتی کشور را شدیداً درگرو واردات ماشین‌آلات، قطعات و کالاهای واسطه ومواد اولیه قرار داده است. به‌عبارت دیگر توسعه صنعتی کشور دورن‌زا نبوده است واز جمله صنعت ماشین‌سازی کشور وساخت ماشین‌آلات در داخل از مواهب سرمایه گذاری در ماشین‌آلات بهره‌چندانی نداشته‌اند.

۱۲- چندنرخی،ارزان وغیرواقعی‌بودن نرخ ارز،انگیزه‌ای قوی برای سرمایه گذاری در ماشین‌آلات با ارائه فاکتورهای متورم را ایجاد کرده است. ارائه این فاکتورهابرای اخذ ارز دولتی علاوه برتامین ماشین‌آلات ارزان برای مسئولان صنایع، سودهای بادآوردهای عاید گروه‌هائی از دست‌اندرکاران کرده است که انعکاس بارز آن تشدید اختلافات طبقاتی بوده است.

۱۳- به رغم تزریق دلارهای نفتی واستقراضی به بخش صنعت (۳۲میلیارد دلار در سالهای ۷۱-۱۳۶۸ و۱۲ میلیارد دلار بیش از پیش‌بینی برنامه اول) این بخش بانداشتن رشد وکارائی،نقش چندانی درایجاد اشتغال و درآمد برای عامه مردم ودر توزیع درآمدها ومبارزه بافقر نداشته است.

۱۴-سیاست صنعتی اعمال‌شده وروش‌های تشویق سرمایه گذاری صنعتی(واگذاری ارز دولتی به دارندگان موافقت اصولی و...)با کمک نکردن به ایجاداشتغال ودرآمد وتولید متناسب بامنابع مصرف شده، باعث اتلاف منابع جامعه وازدست رفتن فرصت‌ها شده است.

۱۵- ناپایداروکم‌بودن سرمایه گذاری در صنعت، امر انباشت سرمایه در صنعت را کاهش داده و یا حتی متوقف کرده است. به‌عبارت‌دیگر،استهلاک سالانه ماشین‌آلات و قطعات از سرمایه گذاریهای سالانه انجام شده بیشتر بوده، درحالی‌که استمرار انباشت سرمایه یارشد سرمایه‌های موجود در بخش صنعت،مستلزم افزایش فزاینده‌نسبت سرمایه گذاری به استهلاک است.

۱۶- کاهش بهره‌وری در صنعت به عواملی مانند سیاست قیمت‌گذاری کالاهای صنعتی،کیفیت پایین مدیریت صنعتی،نامطمئن وکم‌بودن امکانات ارزی برای خرید واقعی ماشین‌آلات وقطعات وتجهیزات،کمبود دانش فنی و کمی مهارت نیروی کار و نامتناسب بودن آن با میزان تولید بستگی داشته است.

۱۷- سیاست صدور موافقت اصولی و واگذاری ارز ارزان دولتی به متقاضیان سبب ایجاد تعهدات ارزی پرهزینه برای کشور شده است که بازپرداخت آنها(سالی ۶تا۸ میلیارد دلار)کاهش امکانات سرمایه گذاری صنعتی آینده وکمبود مواد اولیه وقطعات را بوجود می‌آورد که خود باعث افت امکانات بهره‌برداری از سرمایه‌های موجود می‌گردد.

۴- توسعه صنعتی - هدفها واستراتژی‌ها

فرآیند توسعه صنعتی جریانی چندبعدی وفراگیر کل جامعه است واز این‌رو استراتژی توسعه صنعتی باید دربرگیرنده کلیه ابعاد موضوع باشد.وزارتخانه‌ها و سازمانهای مسئول باید پیوسته به تمام جهات اهداف واستراتژی‌های توسعه صنعتی ازنظرتداوم ونتیجه‌بخش کردن آن توجه داشته باشند.

الف - هدفها

اهداف توسعه صنعتی به عنوان بخشی از اهداف توسعه اقتصادی،اجتماعی وفرهنگی جامعه، بالابردن مداوم سطح رفاه وخوشبختی همه مردم جامعه‌بنحوی است که بطورنسبی از ایرانی‌بودن وزندگی وفعالیت‌کردن دراین سرزمین راضی وخوشحال باشند وبخواهند با علاقه برای حفظ وسرزندگی جامعه خودکوشا بوده وفداکاری نمایند و در اداره امور آن مشارکت مؤثر داشته باشند.

پایه‌های دستیابی به این اهداف قبل از هرچیز در چهارنکته خلاصه می‌شود:

۱- ایجاد اشتغال‌کافی وفزاینده برای نیروی کار کشوربنحوی که میزان بیکاری به پایین‌ترین سطح آن(بیکاری درسطح اشتغال کامل) محدود شود.

۲-ایجاد رشد اقتصادی مداوم برای ارتقاء سطح زندگی مردم‌وپاسخ‌گوئی به نیازهای مادی تازه جمعیت افزوده شده.

۳- ایجاد وحفظ تعادل وسلامت ورشد مادی ومعنوی وفرهنگی کل جامعه که ازیک طرف به بالابردن کارائی ومولد بودن وجامعه می‌انجامد واز طرف دیگر از ایجاد عوامل منفی هدردادن منابع جامعه(اعتصابات،آشوب‌ها،کم کاریهاو...) جلوگیری مینماید.

۴- حفظ ثبات نسبی قیمت‌ها وحفظ مناسب ارزش بین‌المللی پول کشور که مکمل اهداف سه گانه فوق است.

اعمال سیاست‌های رفاهی و توزیع درآمدی، سیاست‌های ایجاد اشتغال و حداقل دستمزدها، سیاست‌های بازرگانی، صنعتی، کشاورزی، سیاست‌های علمی و فرهنگی و تکنولوژیکی، سیاست‌های مالی وپولی وارزی و سیاست‌های قیمت‌گذاری و هدایت بازار ابزاری هستند که دولتها به کمک آنها راه دستیابی به اهداف فوق را هموار می‌سازند.

ب - استراتژی ها

باتوجه به وضع موجود صنعت کشور ونقش آن در اقتصاد ملی و وضعیتی که در اثر اعمال سیاست‌های مالی وپولی وارزی پیش آمده ونیز مجموعه عواملی که درشکوفائی صنعت کشور مؤثرند، خطوط اصلی استراتژی‌های توسعه صنعتی به شرح زیر قابل ارائه است:

۱- توسعه صنعتی باید به توسعه روزافزون اشتغال صنعتی منجر شود، بنحوی که سهم اشتغال صنعتی حداقل تامیان مدت سیری صعودی داشته باشد.

۲- توسعه صنعتی باید با افزایش سهم بخش صنعت در تولید ناخالص ملی همگام باشد. مداومت ورشد تولیدات صنعتی کلید رفع نیاز روبه تزاید مردم جامعه وکاستن از نیاز به کالاهای وارداتی است.

صعودی بودن سهم ارزش افزوده محصولات صنعتی در تولید ناخالص ملی وسریعتربودن رشد آن از سایر بخش‌ها، نقش پیشتاز و رشدآفرین دارد.

۳- افزایش بهره‌وری وکارائی یا بالابردن نسبت تولیدات صنعتی به سرمایه‌های انباشته شده درصنعت، کلید تضمین سودآوری صنعت وجذب سرمایه‌ها به این بخش است. سیاست‌های بهبود کیفیت مدیریت صنعتی، بهبود کیفیت نیروی کار وبهبود ماشین‌آلات وتکنولوژی وتامین منابع مالی از ابزار ضروری بهبود بهره‌وری است.

۴- توسعه صنعتی باید درجهت شناخت واستفاده از مزیت‌های نسبی کشور وایجاد مزیت‌های نسبی تازه برای اقتصاد کشور باشد.

۵- توسعه صنعتی باید باایجاد امکانات فزاینده تولید وصدور کالاهای ساخته شده صنعتی کشور همگام باشد. توسعه صادرات صنعتی قوه محرکه توسعه اقتصادی شناخته شده است.

۶- توسعه صنعتی بایدروزبروز امکانات کسب درآمدهای ارزی بیشتری را برای کشور فراهم سازد واین امر از سه نقطه نظر، خشک شدن درآمدهای ارزی نفتی، بازپرداخت بدهی‌های تقسیط شده وتامین نیازهای وارداتی اجتناب ناپذیر، حیاتی است.

۷- مثبت بودن ارزآوری هررشته از صنعت باید بطور جدی مورد توجه وتشویق قرارگیرد. توسعه صنعتی برمبنای تولیدکالاهای جانشین واردات، تنها در صورت وجود مزیت نسبی در طی زمان مناسب وکاستن از هزینه‌های ارزی واردات وایجاد درآمد ارزی مثبت در درازمدت توجیه‌پذیر است.

۸- شناخت حلقه‌های مفقوده صنعتی وایجاد صنایع مکمل که استفاده وکارائی از سرمایه‌گذاریهای موجود را افزایش می‌دهد از اولویت خاصی برخوردار است.

۹- توسعه صنعتی باید به درون‌زا شدن صنعت و تشدید وابستگی متقابل و فزاینده صنایع کشور به یکدیگر منجر گردد. ایجاد نظام اطلاع‌رسانی صنعتی وتشویق تشکل‌های صنعتی وحرفه‌ای در تقویت همبستگی صنایع کشور مؤثر است.

۱۰- کمبود امکانات ارزی، بهینه‌سازی صنعتی (خودداری از ایجاد صنایع موازی بدون رساندن صنایع موجود به حداکثر ظرفیت، وبهره‌برداری واستفاده از مزیت‌های حاصل از مقایس تولید وتولید انبوه) و ادغام‌های صنعتی را اجتناب ناپذیر می‌کند. استفاده از معیارهای واقعی بازار، مثل قابلیت رقابت در بازارهای بین‌المللی (کاهش هزینه تولید) وارزآوری مثبت برای تنظیم سیاست‌های مناسب باید مدنظرباشد. ایجاد رشد مداوم وعاری از نوسانات شدید بخش صنعت، باید اساس سیاست ادغام وبهینه‌سازی واحدهای صنعتی وجذب سرمایه‌های تازه به این بخش باشد.

۱۱- توسعه صنعتی باید باتوسعه علوم کاربردی درکشور وافزایش توان علمی وتحقیقاتی موسسات علمی کشورهمگام وموید آن باشد. ایجاد تکنولوژی بومی ودرون‌زا کردن توسعه صنعتی ونیز تداوم بخشیدن آن درگرو تکیه صنعت کشور به دانشگاهها و موسسات علمی کشور است.

۱۲- افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت باتشویق افزایش نسبت پس‌انداز به تولید ناخالص ملی، جلب سرمایه‌های خارجی، سرمایه‌گذاری مجدد سودهای توزیع نشده و استفاده از منابع داخلی واحدها و ازهمه بالاتر سودآوری واطمینان از سودآوری سرمایه‌گذاری صنعتی، ارتباط دارد و درکلیه این زمینه‌ها باید سیاست‌های تشویقی مناسب وواقع‌بینانه بمورد اجراء گذاشته شود.

۱۳- افزایش سرمایه‌گذاری درصنعت باید به افزایش ظرفیت‌های تولیدی، بهبود ماشین‌الات، تکنولوژی وبهبود کیفیت واستاندارد محصولات صنعتی منجر گردد.

۱۴- توسعه صنعتی باید باتوسعه مشارکت عامه درمالکیت واحدهای تولیدی وسهیم شدن درمزایا وسودآوری واحدهای صنعتی همراه باشد. اشاعه مالکیت‌های صنعتی در گرو وجود بازارهای مالی واعتباری رقابت‌آمیز واعمال سیاست‌های مالیاتی و ارائه اطلاعات مالی دقیق و وجود تاسیسات مالی مناسب است.

۱۵- توسعه صنعتی باید برای بخش صنعت امکانات تامین منابع ریالی وارزی لازم برای بهره‌برداری از امکانات وتوسعه بخش را فراهم نماید.

۱۶- توسعه صنعتی باید بادید برون‌نگر وجهانی وباهدف یافتن مقام وجایگاه مناسب صنعت کشور درجهان، برمبنای اقتصادبازار و رقابت وبرخورداری متقابل از مزیت‌های نسبی انجام شود. مشارکت مستقیم ومؤثر درمجامع وسازمانهای منطقه‌ای وبین‌المللی علمی و صنعتی و بازرگانی از ابزار ضروری توسعه صنعتی رقابت‌آمیز است.

پی‌نوشت: (۱) بهره‌وری نسبت به ارزش افزوده به سرمایه‌گذاری انجام شده میباشد.

کشاورزی



اقتصاد باغبانی کشور روبه پیشرفت است

براساس آمار موجود درحال حاضر بیش از ۱/۵ میلیون هکتار از اراضی فاریاب کشوریعنی حدود۲۲ درصد از اراضی آبی زیر پوشش باغات میوه قرار دارد.

- تولید میوه کشور درسال ۱۳۷۲ حدود۹ میلیون تن وتولید چای حدود۲۵۰ هزارتن چای گزارش شده است.

- حدود۱۲ هزارتن گل سرخ قابل تبدیل به گلاب، حدود یکصد هزار تن انواع گل‌ها وگیاهان زینتی (حدود۳۰۰ میلیون شاخه بریده) سالانه حدود۲۵ میلیون گلدان گل زینتی و حدود ۶ میلیون اصله درخت و درختچه زنبق ومتجاوز از ۱۲۰ تن زعفران درکشور تولید میشود.همچنین سالانه حدود۱۰ هزار تن قارچ خوراکی، حدود ۵ هزار تن انواع گل وگیاهان داروئی پرورشی از باغها و مزارع کشور بدست می‌آید. درصد عظیم اشتغال مولد در بخش باغبانی ومراحل پس از برداشت آن شامل: درجه‌بندی،بسته‌بندی حمل ونقل،انبارداری،نگهداری در سردخانه و همچنین تأمین نیاز صنایع تبدیلی، ارزش اقتصادی تولیدات باغبانی رادر اقتصادکشاورزی‌کشورمشخص می‌نماید.

برآوردهای اولیه درمورد ارزش تقریبی تولیدات زیربخش باغبانی نشان می‌دهد که ارزش تولیدات این بخش سالانه متجاوزاز پنج هزار میلیارد ریال می‌باشد.

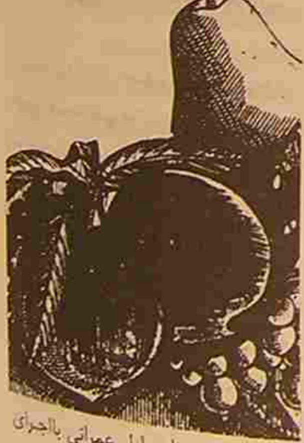
همچنین در احداث وتوسعه باغهای میوه،گلخانه‌های تولید وپرورش گلها وگیاهان زینتی،باغها ومزارع تولیدگل سرخ وگلها وگیاهان زینتی ومزارع پرورش زعفران، واحدهای عظیم تولید قارچ خوراکی،باغها و مزارع تولید وپرورش چای، کارخانه‌های چایسازی،واحدهای صنایع تبدیلی،کارخانه‌های عظیم تولید کنسانتره میوه سرمایه گذاری عظیمی انجام شده است.

درسال جاری ۲۴ واحد کارخانه بزرگ کنسانتره میوه درکشور مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت که تعداد ۸ واحد در زمینه مرکبات، ۱۵ واحد درمورد سیب وانگور ویک واحد کنسانتره انار خواهد بود. ۸ واحد کارخانه کنسانتره مرکبات در استان‌های مازندران -گیلان ومرکزی به ظرفیت حدودده هزارتن کنسانتره پرتقال قادر به جذب حدود۲۰۰ هزار تن پرتقال تولیدی شمال کشور خواهند بود۱۵ واحد کارخانه کنسانتره سیب وانگور به ظرفیت حدود۲۵ هزارتن کنسانتره سیب وانگور نیزحدود۳۰۰ هزارتن سیب وحدود۱۰۰ هزارتن انگورراجذب خواهند کرد.ظرفیت سردخانه‌های بالای صفر برای نگهداری میوه نزدیک به ششصد هزار تن می باشد که رقم عمده‌ای از امکانات و اعتبارات ارزی و ریالی کشور صرف احداث آنها گردیده است.

تعداد زیادی کارخانه‌های تبدیل وعمل‌آوری خشکبار درکشور سرگرم فعالیت هستند ودرصد عمده‌ای از اشتغال بویژه درمورد بانوان روستائی مصروف تهیه وتبدیل میوه به خشکبار می‌گردد. کارخانه‌های عظیم کارتن‌سازی کشور وتعداد زیادی کارگاههای تهیه مصالح بسته‌بندی وکارگاههای جعبه سازی درسراسر کشور در ارتباط با تولید میوه مشغول فعالیت می‌باشند. گلخانه ها ومراکز پرورش گل‌ها وگیاهان زینتی ومزارع پرورش گلهاوگیاهان داروئی، کارخانه هاوکارگاههای درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه برای مصرف داخلی وصادرات، شرکت‌ها واشخاص فعال درامر صادرات میوه وتره بار وگلها وگیاهان زینتی، میادین عمده فروشی میوه وتره بار وفروشگاهها ومراکز فروش میوه وتره بار و گلهاوگیاهان زینتی وقسمت عمده‌ای از شبکه حمل ونقل زمینی - دریائی وهوائی کشور، دراختیار صنعت کشاورزی باغبانی کشور قرار دارد.

تولیدات زیربخش باغبانی شامل انواع میوه وتره‌بار،گل‌ها وگیاهان زینتی و داروئی پرورشی، برگ سبزچای، گل‌سرخ قابل تبدیل به گلاب،زعفران وقارچ خوراکی و مواد ومشتقات استحصالی وفرآورده‌های حاصل از آن بویژه انواع خشکبار همیشه از منابع اصلی ارزآور کشور بوده و درآینده نیز می تواند بخوبی جایگزین اقلامی شود که درحال حاضر برای واردات آن باید قسمتی از منابع ارزی کشور به مصرف برسد.

نگاهی به آمار تولید میوه کشور نشان می‌دهد که درسال های اخیر بویژه در سال‌های پس از انقلاب و درطول اجرای برنامه اول عمرانی کشور،سطح کشت وتولید انواع میوه بخصوص ارقام قابل تبدیل به خشکبار از افزایش چشمگیری برخوردار بوده است.



●دراجرای برنامه اول عمرانی باجرای طرح احیاء و اصلاح باغات نسبت به شناسایی توانائیها وامکانات وهمچنین کاستیهای موجود ونواقص باغها در

بسیاری از مناطق کشور اقدام شده و مقدمات اصلاح واحیاء باغها برای تولید محصول با کیفیت بهتر وبالاتر به منظور افزایش توان صادراتی کشور فراهم گردیده است.

براساس آمار موجود جمع سطح کشت باغهای میوه کشور درسال ۱۳۶۷ حدود ۱۲۰۰۰۰۰/ هکتار وتولید میوه کشور به رقم ۶/۷ میلیون تن رسید.

درسال ۱۳۷۲ سطح کشت باغات کشور به حدود ۱/۵ هزارهکتار وتولید به حدود ۹۳۹۰۰۰۰ تن رسید. مقایسه ارقام تولید میوه به ترتیب الویت از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۲ به شرح زیر بوده است:

- تولید مرکبات ازحدود ۳۸۵ هزار تن به حدود ۳ میلیون و ۱۵۰ هزارتن افزایش یافته وتقریبا" ۸ برابر شده است.
- تولید سیب ازحدود ۴۰۰ هزارتن به حدودیک میلیون و ۶۲۵ هزارتن افزایش یافته وتقریبا" ۴ برابر شده است.
- تولید پسته ازحدود ۴۳ هزارتن به رقم ۲۳۰ هزارتن افزایش یافته که تقریبا" ۶ برابر شده است.
- تولید میوه‌های هسته‌دار از حدود ۲۰۰ هزارتن به رقم ۷۱۵ هزارتن افزایش یافته که حدود ۳/۵ برابر شده است.
- تولیدانار ازحدود ۲۰۰ هزارتن به رقم ۵۶۰ هزارتن افزایش وتقریبا" سه برابر شده است.
- تولید خرماازحدود ۳۶۰ هزارتن به رقم ۷۲۰ هزارتن افزایش یافته ودوبرابر گردیده است.

بطورکلی درطول برنامه اول تولیدات باغی کشور ازرقم ۷/۲ میلیون تن به رقم ۹/۳۴ میلیون تن رسیده است.

فعالیت‌های مهم انجام شده ودردست اقدام درامورکشاورزی باغبانی - براساس گزارش واصله از وزارت کشاورزی بشرح زیر است:

۱- درمورد نخیلات: احیاء وبازسازی نخلستانهای کشوروبویژه نخلستانهای آسیب‌دیده در دوران جنگ تحمیلی وهمچنین احیای منابع حیاتی وحفظ منابع ژنتیکی، ارقام مختلف خرمای موجود درکشور،همچنین درجهت افزایش سطح کشت وتولید محصول خرمای کشور وجلوگیری از گسترش آلودگیهای موجود، تولید نهال خرما از طریق کشت بافت بااستفاده از واردات تعدادی نهال تکثیر شده از خارج از کشور آغاز گردیده است.

در طول برنامه دوم افزایش حداقل سه هزار هکتار نخلستان درمناطق مستعد کشور موردنظر خواهد بودکه افزایش تولید حداقل یعنی هزارتن خرما را درزمان باروری برای کشور دربرخواهد داشت.

۲- درمورد زیتون: بااجرای طرح اصلاح و توسعه کشت زیتون که ازسال ۱۳۷۲ آغاز شده است تلاش فراوان بعمل آمده تابا اختصاص اراضی شیب دارو غیرمرغوب کشور به کشت زیتون وبارعایت اصول فنی ومهندسی بتوان تاپایان برنامه پنجساله دوم عمرانی وبااستفاده از حمایت های فنی واعتباری دولتی به بهره‌برداران،سطح کشت زیتون راتا ۶۵ هزارهکتار افزایش داد وبه این ترتیب امکان تولید حداقل ۲۰۰ هزارتن زیتون ویامقدار ۴۰ هزارتن روغن زیتون حاصل از آن راسالانه درکشورفراهم نمود.

۳- درمورد چای: تولید برگ سبزچای ازرقم ۲۵۰ هزارتن به ۳۰۰ هزارتن درسال پایانی برنامه دوم عمرانی وتوسعه باغات چای برای استفاده درسال‌های پس از برنامه دوم عمرانی درسطح پنج هزارهکتار پیش‌بینی گردیده است.

باکاهش ۴۰ هزارتن واردات چای خارجی،سالانه حداقل ۱۲۰ میلیون دلار صرفه جویی ارزی برای کشور دربرخواهد داشت وتولید ناشی از افزایش توسعه نیز در۸ سال آینده امکانات مازاد تولید وصادرات چای را برای کشور میسر خواهد نمود.

سیاست‌ها واقدامات اجرائی معاونت اموراباغبانی وهمچنین مراحل پس از برداشت. بیمه وتضمین خرید محصولات باغی واستقرار صنایع تبدیلی مرتبط عبارتند از:

مطالعه وشناسائی وضعیت موجود باغهای میوه - توجیه ارقام مناسب برای مناطق مختلف - استقرار تدریجی تضمین خرید وبیمه محصولات عمده باغبانی کشور- فراهم نمودن تسهیلات لازم برای‌تشویق بخش خصوصی درجهت ایجاد صنایع تبدیلی محصولات باغبانی- برقراری ارتباط وایجاد هماهنی باواحدهای ذیربط درجهت فراهم نمودن تسهیلات برای توسعه صادرات وکنترل محصولات باغبانی - تغییر وتبدیل واصلاح باغهای قدیمی باباغهای مدرن واقتصادی بااستفاده از روش‌های فنی کشاورزی(اگروتکنیک) - آموزش مورد نیاز وتوسعه نیروی انسانی درزیربخش باغبانی - استفاده صحیح از ترویج تحقیقات درجهت بهره‌وری مطلوب از باغهای کشور- انتقال تکنولوژی مناسب درمحدوده‌های اجرائی - توجه دقیق به ظرفیت‌های خالی تولیدی درعرصه‌های دیم بااحداث‌باغهای جدید- استفاده از مزیت‌های نسبی مناطق درتعیین سیاستهای کشت -کمک به تشکل و سازمان‌دهی بهره‌برداران درامرتولید- تجدید ارقام باانواع هرمحصول -کاهش ضایعات وسامان‌دادن وضعیت بعد از برداشت محصول -ایجاد انگیزه‌های فنی - اعتباری جهت جذب بیشتر سرمایه گذاری‌های مردمی وغیره و وضعیت باغداری - تأمین رشد وتوسعه پایدار باتأکید برحفظ واحیاء وبهره‌برداری بهینه از منابع پایه - تلاش در افزایش تولید محصولات باغبانی بااستفاده از امکانات کشور- کمک به افزایش توان فکری وجسمی واقتصادی شاغلین بخش باغبانی کشور

- و تدوین سیاستها وآئین نامه اجرائی درجهت اعتلای باغبانی کشور.

بررسی صادرات تولیدات باغی کشور

هماهنگ باطراحی واجرای برنامه‌های بهبود واصلاح سیستم باغداری کشورو همسو بااقدامات بعمل آمده درجهت افزایش کمی وکیفی محصولات باغبانی تلاش وسیع وهمه جانبه‌ای درجهت استقرار واحدهای صنعتی تبدیل‌کننده واستفاده کننده از مازاد میوه تولیدی کشور- بهبود کیفیت کالاهای صادراتی دربخش باغبانی بااصلاح وبهبود مراحل برداشت وپس از برداشت وتوسعه صادرات اقلام عمده محصولات باغی بویژه میوه وتره بار وخشکبار وگل‌ها وگیاهان زینتی بعمل آمده است.

طی سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۳ حداقل و حداکثر صادرات درمورد هریک از اقلام باغی به شرح ذیل بوده است:

۱- پسته ومغزپسته: کمترین مقدار صادرات درسال ۱۳۶۰، تنها ۴۵۴۲ تن وحداکثر در سال ۱۳۷۲ که ۱۱۵۸۰۵ تن بوده‌است.

۲- خرما: کمترین مقدار صادرات درسال ۱۳۵۹ تنها ۲۷۱۲ تن وبیشترین مقدار در سال ۱۳۷۲ معادل ۹۶۵۵۳ تن

۳- کشمش: کمترین مقدار صادرات درسال ۱۳۶۳ که تنها ۷۳۰۷ تن بوده وحداکثر درسال ۱۳۷۳ که ۹۶۵۳۱ تن بوده است.

۴- بادام ومغزبادام: کمترین مقدار صادرات درسال ۱۳۶۷ تنها ۴۰۳ تن وبیشترین مقدار درسال ۱۳۷۳ که ۶۸۲۹ تن بوده است.

۵- برگه قیسی وزردالو: کمترین مقدار درسال ۱۳۶۰ تنها ۱۷۶۴ تن وبیشترین مقدار درسال ۱۳۵۸ که ۷۸۴۲ تن بوده است.

۶- میوه‌های تازه: کمترین مقدار درسال ۱۳۶۰ تنها ۱۳۲ تن وبیشترین مقدار

مقایسه ارقام صادرات برخی از محصولات باغی در سال های ۱۳۵۸- ۱۳۶۸ و ۱۳۷۳ (وزن به تن، ارزش به هزار ریال)

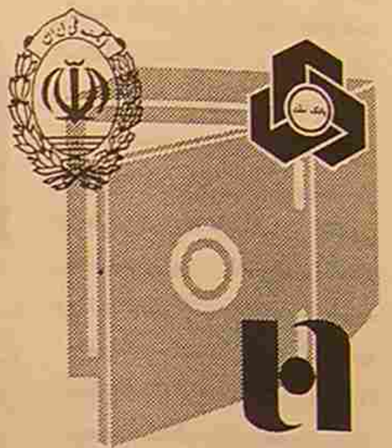
ردیف	نوع محصول	سال ۱۳۵۸		سال ۱۳۶۸		سال ۱۳۷۳	
		مقدار(تن)	ارزش(هزارریال)	مقدار(تن)	ارزش(هزارریال)	مقدار(تن)	ارزش(هزارریال)
۱	پسته	۱۹۳۴۹	۴۹۲۲۵۳۲	۶۳۳۶۲	۱۷۸۶۶۵۹۲	۱۰۶۵۵۶	۶۶۹۰۳۶۰۰۰
۲	کشمش	۴۲۳۱۵	۳۴۵۲۰۶۲	۳۴۱۶۵	۱۷۵۵۵۳۸	۹۶۵۳۱	۱۰۸۲۸۳۰۰۰
۳	خرما	۶۲۶۶۸	۱۳۰۲۱۳۶	۸۲۵۲	۴۸۱۷۲۲	۹۲۲۵۸	۸۰۷۱۳۰۰۰
۴	بادام ومغزبادام	۲۰۰۰	۳۵۳۷۸۹	۱۶۷۰	۱۵۳۵۸۶	۵۱۹۵	۱۴۱۸۰۰۰۰
۵	برگه‌قیسی و زردآلو	۸۰۸۵	۹۸۶۹۸۹	۳۲۵۷	۳۰۳۲۹۳	۳۳۹۲	۵۴۶۷۰۰۰
۶	زعفران	-	-	۳	۸۹۳۴۰	۷۰	۳۶۸۷۹۰۰۰
۷	میوه‌های تازه	۱۰۳۳۸	۱۲۹۴۴۴	۱۲۷۹۰۷	۱۵۵۳۳۳۳	۴۰۲۰۰۰	۸۱۸۹۲۰۰۰

درسال ۱۳۷۳ که ۴۰۲ هزار تن بوده است.

تلاش درجهت حل مسائل ومشکلات انبوه درامور مربوط به حمل ونقل محصولات کشاورزی،برفع تبعیض در صادرات صنعتی وکشاورزی، تعمیم تسهیلات فراهم شده برای کالاهای صنعتی به کالاهای کشاورزی مانند بخشودگی مالیاتی وامکان استفاده از قسمتی از ارز حاصله برای واردات، تمدید مهلت پرداخت تعهدارزی که درمورد خشکبار ومیوه در فرصت کوتاه کنونی میسر نمی‌باشد ورفع مسائل ومشکلات موجود درزمینه تهیه وتأمین ابزار ومصالح بسته بندی محصولات صادراتی از مهمترین اقداماتی است که باید در زمینه گسترش صادرات صورت گیرد.

نقل از گزارش آقای سیروس مسعودی وزارت کشاورزی

بانکداری



به نقل از شماره ویژه "پیام بانک"
مورخ شهریورماه ۷۴ - بمناسبت هفته بانکداری اسلامی

عملکرد سیستم بانکی در سال ۱۳۷۳

اتخاذ و اجرای سیاست‌های پولی

بانک مرکزی، در مقام تنظیم کننده سیاست‌های پولی و اعتباری، وظیفه سیاستگذاری و نظارت بر حسن اجرای این سیاست‌ها را بعهده دارد. هدف کلی از اعمال این سیاست‌ها، همانا تنظیم عرضه و تقاضای منابع مالی در کل اقتصاد می‌باشد، به‌نحوی که نیل به اهداف اقتصادی در چارچوب برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور میسر گردد.

در سال‌های اخیر، به علت تحرک وسیع بخش‌های خصوصی و دولتی در جهت انجام سرمایه‌گذاری‌های تولیدی و زیربنایی و همچنین به دنبال انجام تعدیلات ضروری در نرخ‌های ارز و قیمت‌های نسبی، رویهمرفته تقاضا برای نقدینگی در اقتصاد کشور به شدت افزایش یافت و در نتیجه از لحاظ تجهیز و تخصیص منابع مالی از یک‌سو و کنترل آثار تورمی ناشی از بکارگیری این منابع از سوی دیگر، وظیفه‌ای بس دشوار و حساس را برعهده سیاستگذار پولی گذاشت.

بدین لحاظ، درسال ۱۳۷۳ و در ادامه روند سیاستگذاری‌های سال‌های اخیر و باتوجه به ضرورت حفظ وبرقراری تعادل در بودجه دولت، هدف سیاست پولی برپایه محدود نمودن رشد نقدینگی قرار داشت و کوشش شد تا از طریق کنترل پایه پولی وجلوگیری از افزایش سریع تسهیلات در بخش‌های مختلف اقتصادی این هدف تحقق یابد و ثبات موردنظر به دست آید.

بنابراین، باتوجه به اهداف فوق‌الذکر، اهم سیاست‌های پولی و اعتباری در سال ۱۳۷۳ به شرح زیر تعیین گردید :

* دراین سال، براساس بند "ط" تبصره ۲ قانون بودجه، سقف تسهیلات بانکی قابل واگذاری توسط بانک مرکزی وکلیه بانک‌های کشور به بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی به گونه‌ای تعیین شد که مبلغ هفت‌هزار میلیارد ریال افزایش در مانده نسبت به پایان سال ۱۳۷۲ ایجاد شود و معادل ۵۵ درصد از این مبلغ منحصراً به بخش خصوصی اختصاص یافت.

* افزایش در مانده کل تسهیلات اعتباری بانک‌ها به بخش غیردولتی باتوجه به نیازهای مختلف و جهت‌گیری‌های برنامه توسعه اقتصادی به گونه‌ای تعیین گردید که بیشترین سهم، یعنی ۳۶ درصد به بخش صنعت و معدن، ۳۰ درصد به بخش ساختمان ومسکن، ۱۹ درصد به بخش کشاورزی و ۱۵ درصد بقیه به بخش‌های بازرگانی، خدمات و متفرقه و صادرات اختصاص یابد.

* دراین سال، حداقل و حداکثر نرخ‌های سود تسهیلات اعطایی بانک‌ها تغییری نیافت و در سطح نرخ‌های سال ۱۳۷۲ باقی ماند، یعنی در بخش کشاورزی ۱۶-۱۲ درصد، دربخش صنعت و معدن ۱۸-۱۶ درصد، در بخش ساختمان و مسکن ۱۵ درصد، در بخش بازرگانی و خدمات ۲۴-۱۸ درصد و در بخش صادرات نیز ۱۸ درصد.

سیاست های ارزی

یکی دیگر از محورهای عمده سیاستگذاری در سال ۱۳۷۳، سیاستگذاری ارزی در چارچوب مصوبات کمیته بند ۳ تبصره ۲۹ قانون بودجه همین سال بود. یکی از اقدامات عمده کمیته مذکور در بند ۳ فوق‌الذکر، تامین نیازهای اساسی و قابل قبول ارزی با نرخ شناور تثبیت شده می‌باشد. بنابراین، نرخ شناور تثبیت شده شامل کالاهای اساسی، طرح‌های عمرانی، سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی و نیازهای دارویی و درمانی گردید و نیازهای خدماتی و سایر نیازهای اساسی نیز با نرخ صادراتی(که آن هم تثبیت شده بود) تأمین شد. ارز موردنیاز برای تهیه مواد اولیه کارخانجات نیز برحسب مورد، از طریق نرخ‌های فوق تأمین گردید. بدین ترتیب، بخش اعظم نیازهای ارزی در این سال، با دو نرخ شناور تثبیت شده و صادراتی تثبیت شده تأمین شده است.

یکی دیگر از نکات قابل توجه در مجموعه فعالیت‌های ارزی در سال ۱۳۷۳ این موضوع است که با توجه به عدم همکاری بازارهای بین‌المللی و بروز برخی مشکلات در روابط خارجی و به‌منظور جلب اعتماد بازارهای بین‌المللی، اقدامات ویژه‌ای از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عمل آمد. بدین‌منظور، در مرحله اول مذاکرات وسیعی با طرف‌های خارجی انجام شد تا تعهدات ارزی کشور امهال شود و از این طریق، تعهدات ارزی کوتاه مدت شکل قابل قبولی یابد و در چارچوب قراردادهای بلند مدت نسبت به پرداخت آنها اقدام شود.

از سوی دیگر، برای پرداخت به موقع اعتباراتی که در سال ۱۳۷۳ سررسید آنها فرامی‌رسید، برنامه‌ریزی لازم صورت گرفت و خوشبختانه کلیه تعهدات ارزی در این سال در موعد و سررسید مقرر پرداخت گردید.

شایان ذکر است که چون قسمت اعظم بدهی‌های معوق با طرف‌های تجاری عمده کشور، در چارچوب قرارداد استمهالی قرار گرفت یا پرداخت گردید، لذا برخی از آنها مجدداً پوشش های بیمه‌ای خود را در مورد اعتبارات بین‌المللی ایران برقرار نمودند و بدین ترتیب، در سال ۱۳۷۴ وضعیت عادی در مبادلات بین‌المللی کشور برقرار گردید.

عملکرد سیستم بانکی

در سال ۱۳۷۳ ، سیستم بانکی کشور از لحاظ جذب منابع سپرده‌ای وتخصیص منابع به بخش‌های مختلف اقتصادی در چارچوب اهداف تعیین شده، از عملکرد بسیار مطلوبی برخوردار بود و به موفقیت‌های چشمگیری دست یافت.

در این سال، با اعمال سیاست‌های پولی و اعتباری لازم، عملاً نرخ رشد نقدینگی در سطحی پایین‌تر از سال ۱۳۷۲ (۲۸/۵ درصد، در مقابل ۳۴/۲ درصد) قرار گرفت و حجم نقدینگی در پایان سال به رقم ۶۱۸۴۳/۹ میلیارد ریال بالغ گردید.

باید یادآور شد که با توجه به ادامه و گسترش فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های دولتی و خصوصی و نیاز به نقدینگی بیشتر برای تعدیل نرخ ارز، دستیابی به این هدف، یعنی کاهش نسبی رشد نقدینگی، موفقیت قابل توجه سیاست‌های پولی در سال ۱۳۷۳ محسوب می‌شود.

علاوه بر این در سال ۱۳۷۳، با گسترش فعالیت‌های بانک‌ها در جهت جذب پس‌اندازها، در نتیجه حجم وسیعی از منابع سپرده‌ای در اختیار بانک‌ها قرار گرفت، به طوری که حجم کل سپرده‌های بخش غیردولتی نزد بانک‌ها در پایان سال ۱۳۷۳، با رشدی به میزان ۲۸/۷ درصد، به رقم ۵۳۱۴۳/۳ میلیارد ریال رسید. ضمناً از کل سپرده‌های غیر دولتی ۴۰/۹ درصد به صورت سپرده‌های دیداری و ۵۹/۱ درصد به صورت سپرده‌های غیردیداری بوده است.



نکته دیگر اینکه، باتوجه به عملکرد بانک‌ها و وضعیت سود و زیان آنها در سال ۱۳۷۳ میزان سود قطعی بانک‌ها برای سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار در همین سال معادل ۸ درصد برای سپرده‌های کوتاه مدت، ۱۱ درصد برای سپرده‌های دو ساله، ۱۴ درصد برای سپرده‌های سه ساله و ۱۵/۵ درصد برای سپرده‌های پنجساله تعیین شد.

*** حداقل و حداکثر نرخ‌های سود تسهیلات اعطایی بانک‌ها د رسال ۱۳۷۳ تغییر نکرد و در سطح نرخ‌های سال ۱۳۷۲ حفظ شد.**

*** بخش اعظم نیازهای ارزی سال ۱۳۷۳ با نرخ شناور تثبیت شده و نرخ صادراتی تثبیت شده تأمین شده است.**

*** تمام تعهدات ارزی مربوط به سال ۱۳۷۳ در موعد و سررسید مربوطه پرداخت شده است.**

*** سیستم بانکی کشور در سال ۱۳۷۳ توانسته است ضمن تأمین منابع مالی موردنیاز برای سرمایه‌گذاری‌ها، از گسترش بی‌رویه نقدینگی نیز جلوگیری نماید.**

*** بانک‌ها بیشترین سهم تسهیلات را به بخش مسکن و ساختمان اختصاص داده‌اند.**

از سوی دیگر، با افزایش اعتماد عمومی به سیستم بانکی، سهم اسکناس و مسکوک دردست اشخاص در نقدینگی، به ۱۴/۱ درصد در پایان سال ۱۳۷۳ رسید که پایین‌ترین نسبت طی ۲۰ سال اخیر می‌باشد.

به‌طور کلی، می‌توان گفت که بررسی عملکرد بانک‌ها در سال ۱۳۷۳ نشان می‌دهد که بانک‌های کشور توانسته‌اند مانده تسهیلات اعطایی به بخش غیردولتی را با رشدی معادل ۲۳/۶ درصد افزایش دهند. بدین ترتیب، طی این سال، سیستم بانکی کشور با اتخاذ سیاست‌های مناسب سعی نموده است که با تمام امکان در خدمت رشد و شکوفایی اقتصاد کشور قرار گیرد. این توفیق، به ویژه از آن لحاظ قابل توجه است که سیستم بانکی کشور توانسته است ضمن تأمین منابع ملی مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری‌های جاری و ثابت، از گسترش بی‌رویه نقدینگی نیز جلوگیری نماید،به‌طوری که کاهش آهنگ رشد مانده تسهیلات اعطایی بانک‌ها به بخش غیردولتی در این سال نسبت به سال قبل(۲۳/۶ درصد، درمقابل ۳۰/۵ درصد) نمایانگر موفقیت سیستم بانکی در کنترل حجم تسهیلات اعطایی در جهت کنترل رشد نقدینگی می‌باشد.

از طرف دیگر، دراین سال، بانک‌های تجاری و تخصصی نیز تسهیلات اعطایی به بخش غیردولتی را با رشدی به ترتیب به میزان ۲۴/۹ درصد و ۱۸/۸ درصد افزایش دادند و در چارچوب اهداف سیاست‌های پولی تعیین شده، بیشترین سهم (حدود ۸۵ درصد) را از طریق اعطای تسهیلات و انجام سرمایه‌گذاری‌های مولد وسازنده و همچنین مشارکت در طرح‌های مختلف تولیدی و زیربنایی اختصاص دادند. قسمت عمده‌ای از این تسهیلات، در تعداد بسیار زیادی از طرح‌های صنعتی و به ویژه طرح‌های سرمایه‌گذاری در صنایع سیمان، شیمیایی، سنگ آهن، فولاد و نساجی بکار گرفته شد که با بهره‌برداری از این صنایع، نه تنها میزان تولیدات داخلی و سطح اشتغال افزایش خواهد یافت، بلکه صرفه‌جویی‌های ارزی وسیعی هم حاصل خواهد شد.

آمار تسهیلات بانک‌ها در زمینه مسکن و ساختمان در سال ۱۳۷۳ نشان می‌دهد که این بخش حدود۳۴/۳ درصد، با بیشترین سهم از تسهیلات اعطایی را به خود اختصاص داده است که عمدتاً برای

تامین مسکن خانوارها و اجرای طرح‌های متعددی در زمینه تولید واحدهای مسکونی بوده است.

ضمناً در حدود ۲۳/۸ درصد از تسهیلات اعتباری بانک‌ها در سال ۱۳۷۳ در بخش کشاورزی به کار گرفته شد که بیشتر از میزان تعیین شده در سیاست‌های مصوب پولی بود، واین منابع نیز عمدتاً برای اجرای طرح‌های متوسط کشاورزی، دامپروری و صنایع تبدیلی وابسته به کشاورزی و همچنین برای پرداخت‌های قرض‌الحسنه‌ای به کشاورزان مورد استفاده قرار گرفته است.

همچنین در این سال، به منظور ایجاد تحرک در بخش‌های مختلف اقتصادی و تشویق فعالیت‌های تولیدی و تأمین نیازهای مالی گروه‌ها و بخش‌های نیازمند، سیستم بانکی نقش عمده‌ای را در تامین منابع مالی تبصره‌های مختلف بودجه ایفا نموده که اکنون به اهم این موارد اشاره می‌کنیم:

• در اجرای تبصره ۳ قانون بودجه سال ۱۳۷۳ و به‌منظور تحقق بند ۲ اصل ۴۳ قانون اساسی و ایجاد اشتغال مولد، سقف اعتباری طرح‌های فاقد وثیقه معتبر و سهم سرمایه‌گذاری مجری، به میزان ۱۰۰۰ میلیارد ریال تعیین شد و براساس برآوردهای انجام شده، کل این مبلغ در سال مذکور به مصرف رسیده است.

• به‌منظور تامین سرمایه در گردش بخش کشاورزی و همچنین برای تأمین اهداف این بخش وگسترش صنایع دستی و روستایی و غیره، مبلغ ۳۰۰ میلیارد ریال از منابع قرض‌الحسنه بانک‌ها در اختیار بانک کشاورزی گذاشته شد و با توجه به عدم تکافوی این منابع، مبلغ ۷۰۰ میلیارد ریال دیگر نیز از سایر منابع سیستم بانکی در اختیار این بانک قرار گرفت و مطابق آمارهای موجود، از این محل کلاً مبلغ ۹۰۰ میلیارد ریال پرداخت شده است.

• براساس تبصره ۶ قانون، به وزارت کشور اجازه داده شد که از محل تسهیلات بانکی تا مبلغ ۱۵۰ میلیارد ریال به مالکان واحدهای خسارت دیده از حوادث غیرمترقبه اختصاص داده شود و کل این مبلغ نیز در سال ۱۳۷۳ مورد استفاده قرار گرفت.

• براساس مفاد تبصره ۱۱، مبلغ ۴۰ میلیارد ریال به صورت تسهیلات کوتاه مدت به سازمان تعاون مصرف شهر و روستااعطا گردید تا برای کالارسانی به مردم مورد استفاده قرار گیرد.

• براساس تبصره فوق‌الذکر و به منظور حمایت و تسهیل امر ازدواج، مبلغ ۳۰۰ میلیارد ریال قرض الحسنه نیز به مزدوجین سال‌های ۱۳۷۲ و ۱۳۷۳ اختصاص یافت که براساس گزارش‌های مربوطه، مبلغ ۲۴۰ میلیارد ریال آن پرداخت شده و بقیه در سال‌های بعد به مصرف خواهد رسید.

• به منظور رفع تنگناها و مشکلات خوابگاه‌های دانشجویی و کمک به صندوق‌های رفاه دانشجویان، براساس تبصره ۱۷ قانون، مبلغ ۱۰۰ میلیارد ریال به این امر اختصاص یافت.

• در قالب تبصره ۴۷ قانون، معادل ۲۷۸۳ میلیارد ریال از منابع سیستم بانکی برای خریدهای تضمینی محصولات اساسی در سال ۱۳۷۳ پرداخت شده که نقش موثری در تأمین به موقع کالاهای اساسی موردنیاز مردم داشته است.

• با استناد به مفاد تبصره ۴۸ قانون بودجه سال ۱۳۷۳، معادل ۱۳۵۰ میلیارد ریال تسهیلات از سوی بانک‌ها در اختیار شرکت‌های دولتی، موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی قرار گرفت که بخش اعظم آن به مصرف سرمایه گذاری در بخش‌های نفت، پتروشیمی، آب و برق و برخی طرح‌های بزرگ کشاورزی رسیده است.

• براساس تبصره ۵۰ قانون، مبلغ ۷۰۰ میلیارد ریال تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در واحدهای تولیدی غیردولتی و به صورت سوبسیدی و با پرداخت کمک سود اعطا گردید. شایان ذکر است که واحدهای مذکور مکلف به عرضه کالا وخدمات با قیمت تثبیتی هستند.

• برمبنای تبصره ۵۱ قانون بودجه، درجهت تسریع در سامان بخشی اسکان‌های خودجوش جماعت‌های عشایری، مبلغ ۲۰ میلیارد ریال تسهیلات بانکی دراین سال پرداخت گردید.

• برمبنای تبصره ۵۲ قانون ودر قالب الگوی مصرف مسکن با عاملیت وزارت مسکن و شهرسازی پیش‌بینی گردید که ازاین طریق بانک‌های عامل، نسبت به اعطای مبلغ ۵۰۰ میلیارد ریال تسهیلات اقدام نمایند و تفاوت نرخ سود آن از محل بودجه دولت پرداخت شود.

سایر فعالیت سیستم بانکی

در سال ۱۳۷۳ ، سیاست گسترش شعب به‌منظور حضور فعالتر بانک‌ها در مناطق مختلف شهرهای بزرگ برای انجام خدمات بانکی متنوع‌تر و جذب سپرده پس‌انداز مشتریان، همراه با اتوماسیون فعالیت‌های بانکی و بهینه‌سازی سیستم‌ها به‌منظور ساده کردن روش‌ها و ادامه خدمات بهتر و جدیدتر ادامه یافت و قدم‌های موثری در این زمینه‌ها برداشته شد.

علاوه براین، به‌منظور تقویت بنیه نیروی انسانی شبکه بانکی کشور، دوره‌های کوتاه مدت و بلندمدت برای مشاغل مدیریت و سرپرستی و همچنین دوره‌های مختلف آموزشی تخصصی در امور بانکداری، حسابداری و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی بانکداری بدون ربا در این سال برگزار گردید.

لازم به یادآوری است که طی سال ۱۳۷۳، فعالیت بانکی در مناطق آزاد تجاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گردید وگسترش فعالیت‌های اقتصادی در مناطق مذکور، مسایل پولی و بانکی خاصی را مطرح نمود و در همین راستا، آیین‌نامه پولی و بانکی در مناطق آزاد تجاری - صنعتی به تصویب هیأت وزیران رسید.

در این سال، باتوجه به حجم بالای نقدینگی در اقتصاد و برای جلوگیری از بروز گسترده فشارهای تورمی و همچنین به‌منظور ایجاد و تنوع در ابزارهای پس‌انداز و مشارکت هرچه بیشتر مردم در طرح‌های مولد و مفید، ابزار جدید اوراق مشارکت معرفی گردید. این ابزار، برای اولین بار در ایران و در نظام بانکداری بدون ربا ایجاد گردیده است و انتظار می‌رود که انتشار این اوراق و عرضه آن به عموم بتواند در آینده ابزاری مفید جهت توسعه بازار سرمایه از طریق صحیح و غیر ربوی آن گردد. با استفاده از این ابزار، اوراق مشارکت پروژه نواب در سال ۱۳۷۳ عرضه گردید که با استقبال بی‌سابقه عامه مردم مواجه شد.

درخاتمه، شایان ذکر است که بورس اوراق بهادار تهران درسال ۱۳۷۳ نیز در ادامه سیاست خصوصی‌سازی و گسترش مشارکت مردم در فعالیت‌های تولیدی، زمینه افزایش خرید سهام صنایع داخلی را فراهم آورد. در این سال، جمعاً ۱۴۹/۲ میلیون سهم به ارزش ۷۹۳/۴ میلیارد ریال از طریق بورس مورد معامله قرار گرفت که ۵۳/۹ درصد نسبت به سال قبل افزایش داشت و ۴۹/۹ درصد از کل معاملات انجام شده به عرضه سهام از سوی بخش خصوصی اختصاص یافت.

ضمناً در این سال، تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس به ۱۶۳ شرکت رسید و شاخص کل قیمت سهام شرکت‌ها نیز در پایان سال ۱۳۷۳ به ۶۹۴/۳۸ رسید که ۷۲/۱ درصد نسبت به پایان سال ۱۳۷۲ افزایش نشان می‌دهد.

سیر تغییر و تحول ارزش برابری اسعار معتبر جهان در سده‌ی کنونی





چنانچه پذیرای این واقعیت باشیم که قدرت خرید بلندمدت پول ملی هرکشور یاجامعه اقتصادی،بویژه در بیرون از مرزهای ملی آن کشور "رهنمون" ،نشانه یا شاخص توان اقتصادی آن کشور یاجامعه اقتصادی است، دراین صورت تردید نیست که انجام هرگونه مطالعه وبررسی تحلیلی درباره فعالیتهای اقتصادی آن جامعه مستلزم آگاهی کامل نسبت به سیرتحول قدرت خرید پول آن جامعه وبه بیانی اقتصاد آن جامعه است.

برخی اقتصاددانها به درستی براین باورند که قدرت خرید پول ملی هرجامعه رهنمون ارزنده‌ایست برای تعیین حدوحدود فقر وغنای اقتصادی جامعه مورد نظر در سنجش با جامعه‌های دیگر.

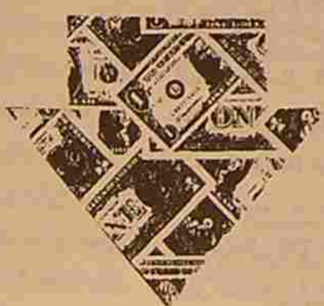
نگاهی به ارقام مربوط به ارزش برابری ارزهای گوناگون وقدرت خرید بلندمدت آنها(درداخل کشور ازیک سو،بیرون از مرزهای ملی ازسوی دیگر)می تواند اگر نه کاملاً اما تا اندازه زیادی جایگاه و توان اقتصادی جامعه‌های موردنظر را در سنجش با یکدیگر ودراقتصاد بین‌الملل آشکار سازد.

مشاهده ارقام مربوط به تغییر وتحول ارزش برابری دست کم چهار پول عمده جهان(مانند:پونداسترلینگ،ین ژاپن،مارک آلمان،فرانک فرانسه ودلار آمریکا)نسبت به یکدیگر،یاتنهادربرابر "پوند استرلینگ" نشان می‌دهد که درحالی که درآغاز سده‌ی اخیربا یک پوند استرلینگ امکان‌خرید۵دلار آمریکائی،۲۵ فرانک فرانسه،۲۰ مارک آلمان ودرنهایت ۱۰ ین ژاپن فراهم بوده است، اکنون ارقام مشابه مورد اشاره به ترتیب ۲/۵۸،۸/۵،۱/۵ و۹،۲است. بنابراین نگاهی به شاخص قیمت‌ها بویژه هزینه اجاره، خرید کالا وخدمات مسکونی وانطباق آن با موقعیت ریال وتغییر وتحول قدرت خرید آن طی سالهای سده‌ی اخیر می تواند کم وکیف توان اقتصادی کشور را در دوره‌های مشخص حتی دریک دوره بسیارکوتاه ده ساله آشکار سازد.

جدول تغییرارزش برابری اسعار عمده دربرابرپوند استرلینگ در سده کنونی

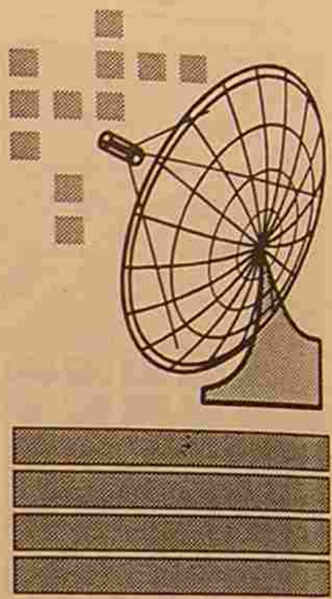
سال	دلارامریکا	فرانک فرانسه	مارک آلمان	ین ژاپن
۱۹۲۰	۳/۶۶۱	۵۲/۴۷	۴۰۴/۵۹	۷/۶
۱۹۲۵	۴/۴۸۲۹	۱۰۲/۵۴	۲۰/۴۱	۱۱/۹
۱۹۳۰	۴/۹۰۳	۱۲۳/۸۸	۱۲/۱۸	۹/۹
۱۹۴۰	۴/۰۳۰	۷۴/۲۷	-	۱۷/۱
۱۹۶۰	۲/۸۰۸	۱۷۶/۶۲	۱۱/۷۱	۱۶/۸
۱۹۶۵	۲/۷۹۶	۱۳/۷۷	۱۱/۱۷	۱،۰۰۸/۲
۱۹۷۰	۲/۳۹۶	۱۳/۷۰	۸/۷۴	۱۰۱۳/۲
۱۹۷۵	۲/۲۲۰	۱۳/۲۴	۵/۴۵	۸۵۷/۸
۱۹۸۰	۲/۳۲۸	۹/۵	۴/۲۳	۶۵۸/۱
۱۹۸۵	۱/۲۹۸	۹/۸۲	۳/۷۸	۵۲۵/۶
۱۹۹۰	۱/۷۸۵	۱۱/۵۲	۲/۸۸	۳۰۷/۱
۱۹۹۲	۱/۵۰۲	۵/۷۲	۲/۴۸	۲۵۸/۴
۱۹۹۵	۱/۵۹	۸/۵۱	-	۱۶۷/-

ماخذ: نشریهٔ FOCUS، اوت ۱۹۹۵





تکنولوژی



ترجمه و تلخیص : علیرضا آذرنوش

کامپیوترهای نوزاد

از مجلهٔ اکونومیست، آوریل ۱۹۹۵

شبکه‌های عصبی یکی از موفقیتهای هوش مصنوعی در دههٔ ۱۹۸۰ بوده است. اکنون، به‌رغم محدودیتها و کاستیهای این سیستم، شرکتها استفاده از آن را بطور فراگیری آغاز کرده‌اند. شبکه‌های مذبور همچون کودکی به فراگیری می‌پردازند و آنچه که آموخته‌اند به کار می‌بندند. در زیر چگونگی پیدایش، عملکرد وفراگیری آنها را می‌خوانید.

درست کردن چیزی شبیه به مغز انسان کاری عجیب و شگفت‌انگیز است. در واقع، مغز از تعداد بیشماری سوئیچ (یا عصب) تشکیل شده که با سیمهای متعدد(یا اتصالهای عصبی) به یکدیگر وصل می‌شوند، یعنی درست مانند یک دستگاه عمل می‌کنند. دانشمندان کامپیوتری، درپی ایجاد صنایع مربوط به هوش مصنوعی و ماشینهای هوشمند، بیش از ۵۰ سال است ادعا می‌کنند که می توانند چنین مغزی را خلق کنند. ولی تا اوایل دههٔ ۱۹۸۰ تشابه بین این دو تقریباً دور از واقعیت بود. مغز با منطق خشک کامپیوتری کار نمی‌کند و بعلاوه هیچ برنامه‌ای وجود ندارد و دستورالعملی نیز از خارج بوسیلهٔ کلید وغیره (بصورت پرسش و پاسخ) داده نمی‌شود. به جای تمام اینها بنظر می‌رسد که مغز آگاه است و می‌داند که چه باید بکند- و آن زمان که نمی‌داند، ترکیبی مرموز از منطق و درک مستقیم مسائل را حل می‌کند.

در سال ۱۹۸۲، چند پژوهشگر، از جمله جان هاپفیلد استاد مؤسسهٔ تکنولوژی کالیفرنیا، راهی پیداکردند تا تکنیک موجود بنام" سیستم اتصالات" را برای طراحی چیزی شبیه به مغز انسان توسعه دهند.

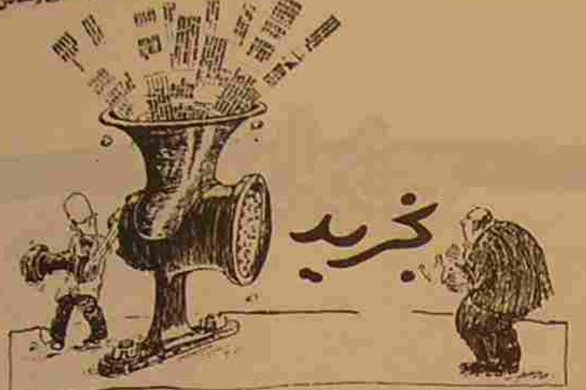
این رهیافت مفهوم سنتی کامپیوتر را بعنوان یک پردازشگر پیچیدهٔ مرکزی، که تنها یک برنامهٔ بخصوصی را اداره می‌کرد، از بین می‌برد. ولی در عوض، دستگاهی که آنها ساختند پردازشگرهای متعدد و بسیار ساده‌ای داشت که مانند اعصاب مغز انسان به یکدیگر متصل بودند و هیچ برنامه‌ای نیز در کار نبود. سپس آنها آموزش به کامپیوتر جدید را آغاز کردند.

نتایج کار شگفت‌آور بود. توانایی "شبکه‌های عصبی" در فراگیری به هیچ‌وجه به یک کامپیوتر شباهت نداشت. پژوهشگران در نخستین گام به مخلوق جدید خود یاد دادند که با صدای بلند بخواند. ظاهراً" آنها راهی پیدا کرده‌اند تا کامپیوتر بتواند کارهایی را انجام دهد که انجامش برای انسان ساده ولی توضیحش دشوار است. جالب اینجاست که پژوهشگران مجبور نبودند دقیقاً" به کامپیوتر بگویند چه کار کند- حتی خودشان نیز مجبور نبودند بدانند - بلکه به دستگاه فرصت می‌دادند تا از روی مثالها خودش مسائل را برطرف کند.

نقاط اتصال

یک شبکهٔ عصبی اصلی از ۳ لایهٔ مرتبط بهم تشکیل شده است که هرکدام از چند تا چندصد"عصب" دارد. این عصبها در واقع اتصال بین گذرگاههایی هستند که می توانند علائم الکتریکی را حمل کنند. هریک از اعصاب لایهٔ اول - لایهٔ ورودی - یک گذرگاه ورودی و چندین گذرگاه خروجی دارد که هرکدام نیز به اعصاب لایهٔ میانی وصل هستند. بدین‌ترتیب، علائم لایهٔ عصبی اول بصورت اطلاعاتی برای اعصاب لایهٔ میانی در می‌آیند که هرکدام به نوبهٔ خود به هریک از اعصاب لایهٔ نهایی متصل می‌شوند . اعصاب این لایه - لایهٔ خروجی - نیز گذرگاههایی دارند که داده‌ها را به خارج هدایت می‌کنند.عصبها و اتصالهای مذبور می توانند اجزاء واقعی مدارهای الکتریکی سیلیکونی باشند. ولی امروزه بیشتر شبکه‌های عصبی"ماشین‌های مجازی"(۱) هستند که با شبیه‌سازی رفتار این اجزاء روی یک کامپیوتر سنتی ساخته شده‌اند.

وقتی که داده‌ها، بصورت یک سری علائم برای عصبهای ورودی، وارد یک شبکهٔ عصبی می‌شوند، هر عصب علامت مشابهی را به عصب لایهٔ میانی ارسال می‌کند. این اعصاب تمام اطلاعات ورودی را جمع می‌کنند و حاصل را بصورت علامت دیگری به اعصاب لایهٔ نهایی می‌فرستند، که این اعصاب نیز به نوبهٔ خود علائم وارده را جمع کرده تا نتیجهٔ نهایی بدست بیاید. کلید توانایی این شبکه برای فراگیری، در تغییر قدرت تمام اتصالها نهفته است. هریک از گذرگاههای ورودی و خروجی لایهٔ میانی را می‌توان به نحوی تنظیم کرد که علامتی که از آن عبور می‌کند تقویت و یا ضعیف شود. در نظر دنیای خارج ، شبکهٔ عصبی تنها یک جعبهٔ سیاه است با یک سری اطلاعات ورودی و یک سری اطلاعات خروجی. ولی درون آن، اثر یکی



بردیگری حاصل ترکیب پیچیدهٔ تمام اتصالهای گوناگون بین آنهاست.

برنامه‌ریزی این اطلاعات حاصل فرایند بازخورد(۲) است. در ابتدا، تمام توان ارتباطی بصورت بی‌هدف تنظیم می‌شود. نخستین باری که اطلاعات به شبکه داده می‌شود- مثلاً علائم الکتریکی یک اسکنر بصورت تصویر حرف A به نمایش درآید - هیچ مفهومی حاصل نمی‌شود. تعدادی از اعصاب لایهٔ نهایی با مقایسهٔ این علائم با کد کامپیوتری که معنی A را می‌دهد ممکن است بطور اتفاقی در وضعیت درست قرار گرفته باشند، ولی هنوز بسیاری از عصبها همان حالت قبلی را دارند.

در این موقع، معلم با ارسال علامتی از طریق شبکه برای تغییر قدرت اتصالها، اعصابی را که اشتباه کرده بودند "تنبیه" می‌کند. پس از صدها یا هزاران بار تکرار (با تمام شکلهای گوناگون حرف A) اعصاب ارتباطی به‌تدریج تا جایی تنظیم می‌شوند که هروقت یکی از شکلهای حرف A به شبکه نشان داده شود تقریباً همیشه علامت خروجی حرف A را تولید می‌کند- بدین‌ترتیب حرف A به شبکه آموزش داده می‌شود. همین فرایند را می‌توان برای تمام حروف تکرار کرد. در آخر، شما دستگاهی خواهید داشت که می‌تواند بخواند .

راههای غالباً آسان‌تری نیز برای وادارکردن یک کامپیوتر به خواندن وجود دارد. ولی زیبایی شبکه‌های عصبی در این است که متصدیان آنها هرگز مجبور نیستند دقیقاً تشریح کنند که چه خصوصیاتی حرف A را از حرف B متمایز می‌کند. این شبکه‌ها، درست مانند یک بچه، خودشان می‌آموزند که این تفاوت را چگونه تشخیص بدهند.

شرکتهای وال استریت نخستین شرکتهایی بودند که از امکانات شبکه‌های عصبی در تنظیم و بهره‌برداری از انبوه داده‌ها استفاده کردند. بازار بورس مذبور از علت ومعلولی پر است که ارتباطاتش را به دشواری می توان درک کرد. شما ممکن است دقیقاً ندانید که مثلاً چرا ترکیب باران، ذخیرهٔ غلات و نرخ بیکاری باعث کاهش قیمت گوشت خوک می‌شود، ولی اگر چیزی وجود داشته باشد شبکهٔ عصبی یاد خواهد گرفت که خودش این ارتباط را ایجاد کند. در پی سالها تلاش بی‌حاصل برای طراحی "سیستمهای تخصصی" قانونمند و مدلهای آماری جهت پیشبینی رفتار اینگونه سیستمهای پیچیده، شبکه‌های عصبی ظاهراً یک موهبت الهی بشمار می‌آمد.

امروزه شرکتهای مالی برای هر مورد مانند پیشبینی اقتصادی و بررسی معاملات داخلی با این شبکه‌ها مشورت می‌کنند، شرکتهای بیمه برای تصمیمگیری در مورد مناسب بودن مشتری احتمالی از آنها استفاده می‌کنند،دست‌اندرکاران بازار برای پیشبینی نوع محصولی که باید بفروش برسد، تولیدکنندگان برای بررسی مقدار مواد اولیه‌ای که نیاز دارند و شرکتهای صادرکنندهٔ کارتهای اعتباری نیز برای جلوگیری از کلاهبرداری این شبکه‌ها را به کار می‌گیرند. دراین میان یکی از شرکتهای تولیدکنندهٔ تلفن جیبی از شبکه‌های عصبی برای پیشبینی تعداد موردنیاز اپراتورهای خود کمک می‌گیرد و از عواملی چون ساعت مختلف روز، آب و هوا و برگزاری رویدادهای ورزشی استفاده می‌کند. پیش‌بینی می‌شود که فروش جهانی تکنولوژی عصبی تا سال ۱۹۹۷ به یک میلیارد دلار برسد. براساس بررسی وزارت تجارت و صنعت تقریباً ۷۰ درصد از یکصد شرکت مهم انگلستان به طریقی از این تکنولوژیها استفاده می‌کنند و یا در نظر دارند ظرف ۲ سال آینده چنین اقدامی انجام بدهند.

ولی شبکه‌های عصبی هنوز جهان را به تسخیر خود در نیاورده‌اند. صنایع مالی اکنون نیز از شیوه‌های آماری کلاسیک استفاده می‌کنند، و تقریباً پس از ۶ سال تجربهٔ بازرگانی پیچیده چنین بنظر می‌رسد که کارشناسان آماری به این زودیها بیکار نخواهند شد. درست است که شبکه‌های عصبی می‌توانند متن را بخوانند، ولی بیشتر نرم‌افزارهای کامپیوتری برای اینکار از سایر تکنولوژیها استفاده می‌کنند. همین موضوع در مورد تکنولوژیهای شناسایی دست نوشته و گفتار نیز صادق است.

مسئله اصلی اینست که شبکه‌های عصبی، در مقایسه با مغز، بسیار کوچک هستند. از آنجا که امروزه بیشتر شبکه‌های مذبور روی کامپیوترهای سنتی شبیه‌سازی می‌شوند، بواسطهٔ سرعت اینگونه ماشینها تنها به چند هزار عصب محدود می‌شوند. در مقایسه با آنها، مغز یک سوسک در حدود یک‌صدهزار ومغز انسان تقریباً یکصد میلیارد عصب دارد.

در نتیجه، آموزش شبکه‌های عصبی مدت درازی طول می‌کشد. آنها تنها می‌توانند چند چیز را به خاطر بسپارند. اگر بخواهید الفبای زبان را به این شبکه‌ها بیاموزید هزاران جلسهٔ آموزشی لازم است، در حالی که یک بچه تنها به چند صد جلسه نیاز دارد. دشواری کار زمانی روشن می‌شود که یک کامپیوتر دیگر بخواهد آموزش را بعهده بگیرید. شبکه‌های عصبی برای فراگیری کارهای دیگر مانند پیشبینی روشهای خرید غالباً به هزاران نمونهٔ آموزش نیاز دارند- یعنی بیش از تمام اطلاعاتی که یک شرکت ممکن است جمع‌آوری کرده باشد.

یکی دیگر از نتایج کوچک بودن نسبی شبکه‌های عصبی اینست که وظیفهٔ بصری آنها در تشخیص تصاویر و الگوها- که بسیاری آن را امیدوارکننده‌ترین کاربرد این شبکه می‌دانستند- هنوز دور از دسترس است.

ساختن شبکه‌های عصبی در سخت افزار- روی یک چیپ سیلیکونی -باعث می‌شود تا نسبت به نمونه‌های مجازی کنونی بسیار سریعتر و در نتیجه بطور بالقوه بزرگتر باشند. ولی پیدایش اینگونه چیپها بسیار کند بوده است. یک دلیل آن اینست که عصبهای مصنوعی فضای بسیار زیادی را روی یک چیپ اشغال می‌کنند، که در نتیجه هم‌اندازهٔ آن بزرگ می‌شود و هم تولید آن بسیار پرهزینه خواهد بود . مشکل دیگر اینست که شبکه‌های عصبی بطور سنتی برای کاربره‌های ویژه‌ای طراحی می‌شوند، بطوری که تعداد و نوع عصبهای هر لایه برای همان وظیفهٔ ویژه تنظیم می‌گردند.

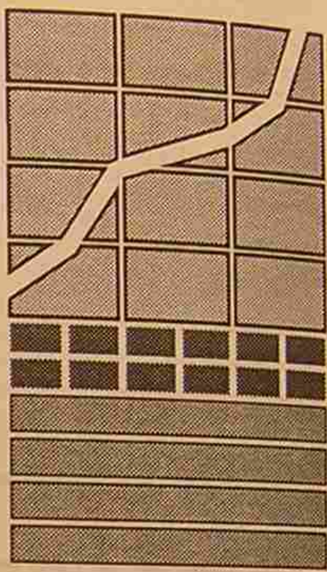
ولی به‌رغم تمام این کمبودها و مشکلات، برخی دولتها تأمین مالی این نوع پروژه‌ها را با اشتیاق پیگیری می‌کنند. برای مثال، وزارت دفاع آمریکا با اینکه به استفاده از این شبکه‌ها در موشکهای کروز هنوز اعتماد ندارد، ولی در ۶ سال آینده بیش از ۴۰۰ میلیون دلار از طرف نپتاگون هزینه خواهد کرد. ژاپن نیز در همین مورد یک پروژهٔ ۱۰ سالهٔ ۲۵۰ میلیون دلاری دارد. شبکه‌های عصبی مانند هوش مصنوعی سال به سال مفهوم بیشتری پیدا می‌کنند. شاید روزی همچون یک مغز کامل کار کنند. ولی تا آن زمان، این سوسک است که برتری دارد. ▢

پی‌نوشتها

1- Virtual Machines

2- Feed back

اطلاعات آماری



در تیرماه ۷۴ نسبت به تیرماه ۷۳

شاخص بهای کالاها وخدمات مصرفی درمناطق شهری کشور ۵۲/۹ درصد افزایش یافت

رشد شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی درمناطق شهری کشور که در خردادماه به نحو محسوسی کاسته شده بود در تیرماه سال ۱۳۷۴ متوقف گردید و سیر نزولی آغاز کرد،به طوری که شاخص مذکور با عدد ۳۵۰/۴ نسبت به ماه قبل ۰/۷ درصد کاهش یافت. این شاخص پس از حذف نوسانات فصلی ۰/۸ درصدنسبت به ماه قبل ترقی نشان می‌دهد.شاخص مذکور در مقایسه باماه مشابه سال قبل درسطحی معادل ۵۲/۹ درصد بالاتر قرار دارد. طی چهارماه اول سال جاری متوسط شاخص بهای کالاها وخدمات مصرفی نسبت به دوره مشابه سال قبل ۵۴/۸ درصد ترقی داشته است.

درتیرماه سال ۱۳۷۴ شاخص بهای گروه کالاها وخدمات مصرفی در استان‌های کهکیلویه وبویراحمد، هرمزگان و فارس به ترتیب باأعداد ۳۹۹/۱، ۳۹۳/۳ و۳۷۴/۳ نسبت به سایر استان‌های کشور درسطح بالاتری قرار داشت. پایین‌ترین عدد شاخص مربوط به استان ایلام وبرابر ۳۱۷/۶ بود.

۱- خوراکی ها،آشامیدنی‌ها و دخانیات

در تیرماه سال ۱۳۷۴ شاخص بهای گروه خوراکی‌ها،آشامیدنی‌ها و دخانیات معادل ۱/۹ درصد کاهش یافت. این تنزل بیشتر به سبب پایین آمدن شاخص بهای گروه میوه‌ها و سبزیهای تازه به میزان ۹/۳ درصد بود.بعلاوه شاخص بهای انواع برنج معادل ۵/۳ درصد،حبوب ۵/۹ درصد و روغن‌نباتی جامد ۲/۹ درصد پایین آمد. درضمن شاخص بهای تخم‌مرغ وقند مختصری تنزل داشت. دربین سایر مواد خوراکی، ترقی شاخص بهای گروه گوشت قرمز،مرغ وماهی معادل ۳/۱ درصد ولبنیات ۳/۵ درصد به نسبت قابل توجه بود. شاخص بهای انواع نان، فرآورده‌های قند وشکر و عسل، غذا در خارج از خانه، سایرکالاهای خوراکی، فرآورده‌های غلات، دخانیات، انواع کره، آشامیدنی‌ها وچای ترقی نشان می‌داد.

در مقایسه با ماه مشابه سال قبل شاخص بهای گروه مورد گزارش ۶۹ درصد ترقی داشته است. درقیاس مشابه شاخص بهای گروه خوراک ۶۹/۴ درصد، آشامیدنی‌ها ۵/۲ درصد ودخانیات ۷۳/۸ درصد ترقی کرده است.

۲- پوشاک

شاخص بهای گروه پوشاک در مقایسه با ماه قبل درسطحی معادل ۲/۴ درصد بالاتر قرار گرفت.در گروه مذکور، شاخص بهای پوشاک آماده معادل ۲/۱ درصد ترقی کرد که به علت افزایش بهای کلیه اقلام بویژه شلوار مردانه ازالیاف مصنوعی به میزان ۳/۱ درصد،بلوز و ژاکت زنانه ۱/۷ درصد پیراهن مردانه از پارچه خارجی ۲/۳ درصدمی باشد.همچنین بهای گروه انواع کفش برابر ۲/۹ درصد وگروه کالاها وخدمات مربوط به تهیه پوشاک ۲/۴ درصد بالارفت.

شاخص بهای گروه پوشاک درمقایسه باماه مشابه سال قبل ۶۱ درصد ترقی داشته است.

۳- مسکن،سوخت و روشنائی

شاخص بهای گروه مسکن، سوخت و روشنایی معادل ۱/۸ درصد افزایش یافت. درگروه مذبور، شاخص ارزش اجاری خانه‌های مسکونی اجاری هریک به میزان ۱/۷درصد ترقی کرد. همچنین شاخص بهای گروه برق وآب وسوخت معادل ۳/۳ درصد، خدمات ساختمانی ۱/۹ درصد ومصالح ساختمانی ۱ درصد بالا رفت. ترقی نرخ عوارض نوسازی معادل ۳/۸ درصدقابل ذکر می‌باشد.

شاخص بهای گروه مسکن، سوخت و روشنایی در مقایسه باماه مشابه سال قبل ۲۹ درصد افزایش یافته است.

۴- اثاث وکالاهاوخدمات مورد استفاده درخانه

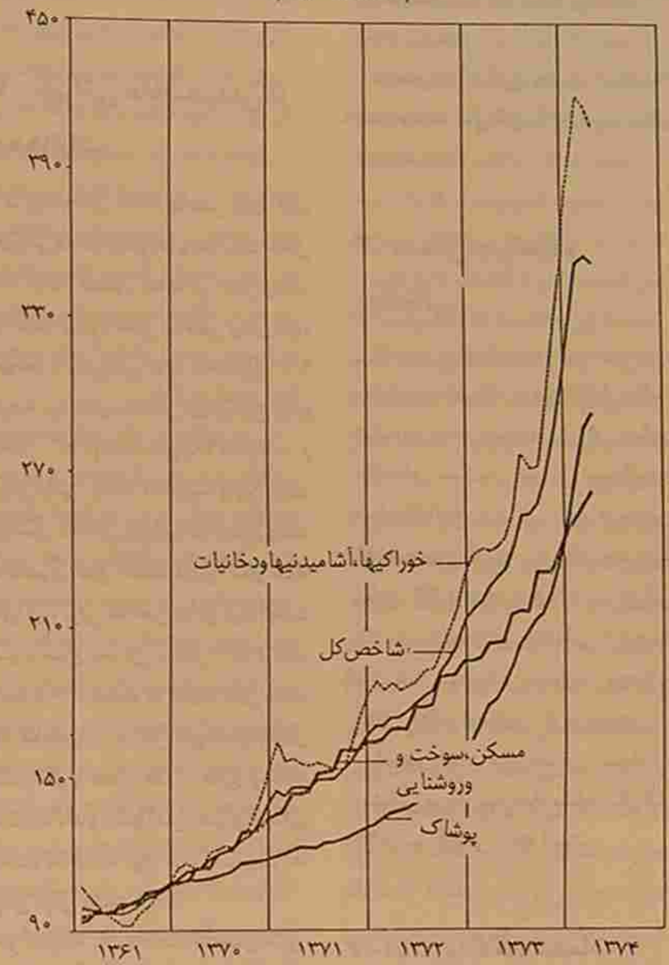
شاخص بهای گروه اثاث وکالاها و خدمات مورد استفاده درخانه بدون تغییربود. دراین گروه،شاخص بهای گروه کالاها وخدمات مورد استفاده در خانه به میزان ۱ درصد ترقی کرد که باتنزل شاخص گروه اثاث خانه معادل ۰/۲ درصد خنثی گردید.

درمقایسه باماه مشابه سال قبل شاخص بهای گروه مذبور ۶۰/۷ درصد ترقی داشته است.

۵- حمل ونقل وار تباطات

درشاخص بهای گروه حمل ونقل

شاخص بهای کالاهاوخدمات
مصرفی درمناطق شهری کشور
(۱۰۰=۱۳۶۹)



وارتباطات کاهشی معادل ۳/۳ درصد به وجود آمد. تنزل فوق درکل در ارتباط با تنزل شاخص بهای گروه حمل ونقل شخصی معادل ۵/۵ درصد می‌باشد. آنچه که به طور عمده موجب پایین آمدن شاخص گروه مذکور گردید، تنزل بهای اتومبیل سواری معادل ۹/۱ درصد بود، شاخص بهای گروه حمل‌ونقل عمومی وارتباطات به ترتیب معادل ۱/۲ درصدو۰/۶ درصد افزایش داشت.

شاخص بهای گروه مورد بررسی در مقایسه با ماه مشابه سال قبل ۴۴/۹ درصد افزایش داشته است.

۶- بهداشت ودرمان

شاخص بهای گروه بهداشت و درمان معادل ۲/۲ درصد افزایش نشان داد. درگروه مذکور، شاخص خدمات درمانی با۲/۵ درصد ترقی، مهمترین عامل افزایش شاخص گروه بود. درضمن شاخص بهای دارو ۱/۵ درصد بالا رفت.

درمقایسه با ماه مشابه سال قبل شاخص بهای گروه درمان وبهداشت ۲۷/۲ درصد ترقی داشته است.

۷- تفریحات، تحصیل ومطالعه

شاخص بهای گروه تفریحات، تحصیل ومطالعه اندک کاهشی معادل ۱ درصد درپی‌داشت. درگروه مزبور، شاخص بهای گروه تفریحات معادل ۱/۶ درصدتنزل ولی شاخص گروه تحصیل ومطالعه ۱/۴ درصد ترقی کرد.

شاخص بهای گروه تفریحات، تحصیل ومطالعه درمقایسه باماه مشابه سال قبل ۷۱/۴ درصد افزایش نشان می‌دهد.

۸- کالاها وخدمات متفرقه

شاخص بهای گروه کالاها و خدمات متفرقه با کاهشی معادل ۵ درصد مواجه گشت. دراین گروه، تنزل شاخص بهای گروه سایرکالاها و خدمات به میزان ۷/۷ درصد قابل ملاحظه بودکه به طور عمده به علت کاهش قیمت سکه طلا معادل ۱۷/۷ درصدبه وقوع پیوست شاخص گروه هزینه‌های شخصی معادل ۲درصد و هزینه‌های تحصیلی ۹درصد ترقی یافت.

درمقایسه با ماه مشابه سال قبل شاخص بهای گروه مورد گزارش ۵۳/۱ درصد افزایش داشته است.

مأخذ:گزارش بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

در شش ماهه اول سال ۷۳ نسبت به مدت مشابه سال ۷۲،

سرمایه‌گذاری بخش خصوصی درساختمان‌های جدید مناطق شهری کشور ۳۳/۳ درصد افزایش نشان داد

درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ فعالیت‌های ساختمانی بخش خصوصی در مناطق شهری استان‌های مختلف کشوردرچهاربخش‌که‌شامل‌سرمایه‌گذاری در ساختمان‌های جدید،ساختمان‌های شروع شده، ساختمان‌های تکمیل‌شده و واحدهای مسکونی تکمیل شده می‌باشد به شرح ذیل بوده است:

۱- سرمایه گذاری درساختمان‌های جدید:

درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ مجموع سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ساختمان‌های جدید مناطق شهری استان‌های مختلف کشور به قیمت جاری حدود۲۸۱۴/۶ میلیارددریال بود که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۳۳/۳ درصد افزایش‌نشان می‌داد. ازکل مبلغ سرمایه‌گذاری ۸۳/۸ درصد مربوط به ساختمان‌های مسکونی گردید که بیشترین سهم را دارا بود. بیش از نیمی از سرمایه‌گذاری فوق درسه استان تهران، اصفهان وخراسان انجام پذیرفت که دراین میان استان تهران‌که دراین میان استان تهران با۳۰/۸ درصد واستان اصفهان با۱۰/۳ درصد واستان خراسان با ۹/۳ درصد درمقایسه باسایراستان‌ها به ترتیب بیشترین سهم را دارا بودند. در دوره مورد گزارش سرمایه‌گذاری مذبور در استان تهران ۲۳ درصد،استان‌اصفهان ۴۳/۲ درصد ودراستان خراسان ۲۸ درصد در مقایسه بادوره مشابه سال قبل افزایش داشت.

۲- ساختمان‌های شروع شده:

طی شش ماهه اول سال ۱۳۷۳ تعداد ۸۲۱۵۲ دستگاه ساختمان توسط بخش خصوصی درمناطق شهری کشور احداث

گردید که در مقایسه بادوره مشابه سال قبل ۲۱/۵ درصد افزایش داشت.هزینه پیش‌بینی شده این ساختمان‌ها حدود ۲۷۸۳/۵ میلیاردریال وبرآوردسطح کل زیربنای طبقات آنها حدود۱۷/۴ میلیون مترمربع بود.

درشش ماهه مورد گزارش میانگین هزینه بنای ساختمان‌های شروع شده (معادل ۳۳/۹ میلیون ریال)وهزینه یک مترمربع بنای ساختمان‌های فوق(معادل ۱۶۰۳۳۱ ریال) به ترتیب ۱۱/۶ درصد و ۱۴/۲ درصد درمقایسه بادوره مشابه سال قبل افزایش نشان می‌داد. این درحالی بود که میانگین سطح کل زیربنای طبقات این ساختمان‌ها(۲۱۱ مترمربع)با۲/۳ درصد کاهش مواجه شد.

درشش ماهه مورد گزارش ازکل ساختمان‌های شروع شده درمناطق شهری کشور ۱۳/۳ درصد به استان خراسان،۱۱/۶ درصد به استان آذربایجان‌غربی ، ۱۰/۸ درصد به استان اصفهان و۸درصد،استان تهران اختصاص داشت.

دراستان خراسان تعداد۱۰۹۳۸ دستگاه ساختمان جدید با۲۳۰/۶ میلیارد ریال هزینه پیش‌بینی شده وحدود۱/۹ میلیون مترمربع سطح کل زیربنای طبقات شروع به احداث گردید که تعداد آنها۴۳/۳ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش نشان داد.

دراستان آذربایجان غربی ۹۵۰۹ دستگاه ساختمان با۱۶۰/۴ میلیارد ریال هزینه پیش بینی شده وحدود۱/۳ میلیون مترمربع سطح کل زیربنای طبقات شروع به احداث گردید. تعداد این ساختمان‌ها ۸۱/۸۴ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش نشان می‌داد.

دراستان اصفهان احداث تعداد ۸۹۰۲ دستگاه ساختمان شروع شد که درمقایسه با دوره مشابه سال قبل ۲۳/۹ درصد افزایش نشان می‌دهد. هزینه پیش‌بینی شده برای این ساختمان‌ها مبلغ ۲۹۴/۸ میلیارد ریال وسطح کل زیربنای طبقات آنها ۲٫۳ میلیون مترمربع برآورد شده است.

دراستان تهران تعداد۶۵۹۴ دستگاه ساخمان شروع به احداث گردید. هزینه این ساختمان‌ها۸۰۴/۹ میلیاردریال و سطح کل زیربنای طبقات آنها۳/۶ میلیون مترمربع پیش‌بینی شد که از نظر تعداد نسبت به دوره مشابه سال قبل ۴/۲ درصد افزایش نشان می‌دهد.

۳- ساختمان‌های تکمیل شده:

درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ تعداد۷۷۲۹۵ دستگاه ساختمان درمناطق شهری کشور توسط بخش خصوصی تکمیل گردید که ۱۳ درصد بیشتر از دوره مشابه سال‌قبل بود.هزینه‌این‌ساختمان‌ها ۲۰۱۲/۷ میلیارد ریال وسطح کل زیربنای طبقات آنها حدود۱۵/۸ میلیون مترمربع بود. در شش ماهه مورد گزارش میانگین هزینه بنای ساختمان‌های تکمیل شده در مناطق شهری کشور حدود ۲۷/۱ میلیون ریال بود که ۴/۶ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش داشت. میانگین سطح کل زیربنای این ساختمان‌ها ۲۱۳ مترمربع بود که ۶/۹ درصد کمتراز شش ماهه اول سال ۱۳۷۲ شد.هزینه یک مترمربع‌بنای‌ساختمان‌های مذبور ۱۲۷۱۰۸ ریال شد که ۱۲/۳ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش نشان می‌داد.

درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ استان اصفهان ۱۶/۱درصد، استان خراسان ۱۳/۲درصد واستان تهران ۱۱ درصد از کل ساختمان‌های تکمیل شده مناطق شهری کشور رابه خود اختصاص دادند.

دراستان اصفهان تعداد۱۱۹۹۳ دستگاه ساختمان به اتمام رسید که ۳۶ درصد بیشتر از شش‌ماهه اول سال ۱۳۷۲ بود. هزینه این ساختمان‌ها ۲۲۲/۹ میلیارد ریال وسطح کل زیربنای طبقات آنها حدود۱/۷ میلیون مترمربع بود.

دراستان خراسان تعداد۹۸۱۹ دستگاه ساختمان تکمیل گردید که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۲۶/۹ درصد افزایش داشت. هزینه این ساختمان‌ها۱۹۹/۳ میلیارد ریال وسطح کل زیربنای طبقات آنها حدود۱/۷ میلیون مترمربع بود.

دراستان تهران تعداد۸۲۰۴ دستگاه ساختمان با۷۳۵/۴ میلیاردریال هزینه وحدود۴ میلیون مترمربع سطح کل زیربنای طبقات تکمیل گردید که از نظر تعداد۷/۸ درصد نسبت به شش ماهه اول سال ۱۳۷۲ افزایش نشان می‌داد.

۴- توزیع ساختمان‌های مسکونی و مسکونی بامحل کسب تکمیل شده براساس تعداد واحد مسکونی:

درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ ازکل تعداد ۶۹۵۴۱ دستگاه ساختمان مسکونی و مسکونی بامحل کسب تکمیل شده توسط بخش خصوصی در مناطق شهری کشور، بناهای بایک واحد مسکونی با۷۶/۳ درصد بیشترین سهم را دارا بودند. ساختمان‌های بادوواحدمسکونی با۱۵/۵ درصد و بناهای باسه واحد مسکونی با۴/۲ درصد در ردیف‌های بعدی قرار گرفتند. تعداد کل واحدهای مسکونی ایجاد شده در ساختمان‌های مسکونی ومسکونی بامحل کسب تکمیل شده برابر ۱۰۴۹۴۵ دستگاه بودکه ۸/۶ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش داشت. میانگین سطح زیربنای واحدهای مسکونی مورد نظر۱۳۸ مترمربع شد که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۴/۲درصد کاهش نشان می‌داد.

در دوره مورد گزارش از کل تعداد واحدهای مسکونی فوق استان تهران ۲۶/۴ درصد،استان اصفهان ۱۳/۹درصد واستان خراسان ۱۲/۲ درصد را به خود اختصاص می‌دادند.

از تعداد ۸۰۵۱ دستگاه ساختمان مسکونی ومسکونی بامحل کسب تکمیل شده دراستان تهران ۲۸ درصد را ساختمان‌های بایک واحد مسکونی۲۶/۵ درصد راساختمان‌های با دو واحد مسکونی و۲۱ درصد رابناهای باسه واحد مسکونی تشکیل می‌دادند. تعداد کل واحدهای مسکونی تکمیل شده دراین استان ۲۷۷۴۲ دستگاه بود که ۶/۱ درصد نسبت به دوره مشابه سال ۱۳۷۲ افزایش داشت ومیانگین سطح زیربنای آنها ۱۳۱ مترمربع بودکه نسبت به دوره مشابه سال قبل ۳درصد کاهش داشت.

دراستان اصفهان ازکل ۱۱۳۵۷ دستگاه ساختمان مسکونی ومسکونی بامحل کسب ۷۷/۲ درصد راساختمان‌های بایک واحدمسکونی،۱۸/۷درصدراساختمان‌های بادو واحدمسکونی و۳/۴ درصد را ساختمان‌های با سه واحد مسکونی به خود اختصاص دادند. تعداد کل واحدهای مسکونی تکمیل شده در این استان ۱۴۶۲۵ دستگاه بود که نسبت به شش ماهه اول ۱۳۷۲ معادل ۳۸/۲ درصد افزایش داشت. میانگین زیربنای واحدهای مسکونی دراین استان ۱۴۶ مترمربع بودکه نسبت به دوره مشابه سال قبل ۱۴/۶ درصد کاهش نشان می داد.

دراستان خراسان تعداد ساختمان‌های مسکونی ومسکونی بامحل کسب ۹۴۳۰ دستگاه بود که ۷۷/۳ درصد ازآنها مربوط به بناهای بایک واحدمسکونی،۱۷/۸ درصد مربوط به ساختمان‌های بادوواحد مسکونی و۲/۲ درصد مربوط به بناهای باسه واحدمسکونی بود.دراین دوره تعداد کل واحدهای مسکونی تکمیل شده دراین استان ۱۲۷۹۷ دستگاه بود که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۶درصد بیشتربود. میانگین سطح زیربنای این واحدها۱۱۸ مترمربع گردید که نسبت به شش ماهه اول سال ۱۳۷۳ معادل ۲۰/۳ درصد کمتر بود.

مأخذ:گزارش بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

□

در پایان سه ماهه اول سال ۷۳

حجم نقدینگی در بانک‌های کشور معادل ۷۴۸ ۴۷ میلیارد ریال بوده است

براساس گزارش منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران،نوزدهمین شماره نشریه تازه‌های آمار انتشار یافت. دراین شماره از نشریه مجموعه‌ای از آمار واطلاعات اساسی درزمینه جمعیت ونیروی انسانی، ارتباطات وحمل ونقل، شاخص‌های قیمت و بسیاری آمارهای دیگر ارایه گردیده است.

نگاهی بربرخی از آمارهای این نشریه نشان می‌دهد که:

– درسال ۱۳۷۲ بابر۴۲/۸ درصد از جمعیت کشور را افرادکمتر از ۱۵سال و۳/۸ درصد را گروه سنی ۶۵ ساله وبیشتر تشکیل داده‌اند. درمیان جمعیت ۱۰ ساله وبیشتر کشور،۵۳/۱ درصد دارای همسر و۴۲/۵ درصد مجرد(هرگزازدواج نکرده) گزارش شده است.

– براساس نتایج آمارگیری جاری جمعیت سال ۱۳۷۲،معادل ۲۴/۵ درصد از شاغلان کشور دربخش کشاورزی،۲۹/۱ درصد دربخش صنعت و ۴۵ درصد دربخش خدمات اشتغال داشته‌اند.

– تعداد متولدین ثبت شده درشش ماهه اول سال ۱۳۷۳ معادل ۳۶۲ ۷۰۳ نفر می‌باشد که از این تعداد۵۸/۳ درصد درنقاط شهری وبقیه درنقاط روستایی ثبت شده است. همچنین نسبت طلاق به ازدواج درکشور در دوره مذبور برابر با۷/۲ درصد بوده است که این میزان در نقاط شهری برابر با۸/۵ درصد ودرنقاط روستایی برابر۳/۷ درصد بوده است.

– برپایه گزارش مذکور،درپایان سه ماهه اول سال ۱۳۷۳،حجم نقدینگی دربانک‌های کشور معادل ۷۴۸ ۴۷ میلیارد ریال بوده است که ۴۴ درصد آن را "پول" و۲۳درصد "سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه مدت" و ۱۹ درصد "سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت" و۶ درصد "سپرده‌های قرض الحسنه پس انداز" و بقیه را "سپرده‌های متفرقه" تشکیل داده است.

– در پاییز سال ۱۳۷۳ شاخص کل بهای عمده فروشی وخرده فروشی کالاها در نقاط شهری نسبت به سال پایه (سال ۱۳۶۹)به ترتیب معادل ۳۱۳/۹ و۲۵۴/۳ رقم بوده است.

▫

از سوی مرکز آمارایران

نشریه شناسنامه آماری شهرهای استان آذربایجان‌غربی انتشار یافت

براساس گزارش منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران،هدف از اجرای این طرح گردآوری وتلفیق اطلاعات آماری موجود درارتباط باشهرهای کشوراست، تا تسهیلات‌آماری‌لازم‌جهت‌برنامه‌ریزیهای مختلف در ارتباط باشهرها فراهم شود.

نشریه حاضر که در۹ فصل و۵۳ جدول تنظیم شده است، اطلاعاتی درارتباط باموضوعات "مشخصات عمومی شهرها، ویژگی‌های جمعیت وخانوار، مسکن وساختمان، سواد وآموزش، بهداشت ودرمان،فرهنگ وگذران اوقات فراغت،تاسیسات وتجهیزات شهری، کارگاه‌های صنعتی وواحدهای تجاری روزمره ودرآمد وهزینه شهرداریها" را درسطح شهرهای باجمعیت ۲۵۰۰۰ نفر وبیشتر استان مذبور ارایه می‌دهد.

▫

از سوی مرکز آمار ایران

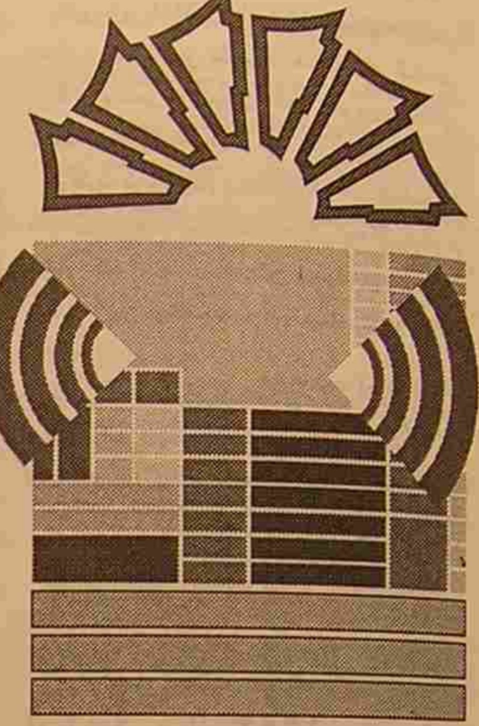
نشریه شناسنامه آماری شهرهای استان‌های کرمانشاه،فارس واردبیل انتشار یافت

براساس گزارش منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران،هدف از اجرای این طرح،گردآوری وتلفیق اطلاعات آماری موجود درارتباط با شهرهای کشور است، تا تسهیلات آماری لازم جهت برنامه‌ریزیهای مختلف در ارتباط با شهرها فراهم شود.

نشریه حاضر که در۹فصل و۵۳ جدول تنظیم شده است، اطلاعاتی درمورد مشخصات عمومی شهرها، ویژگی‌های جمعیت وخانوار،مسکن وساختمان، سوادوآموزش،بهداشت ودرمان، فرهنگ وگذران اوقات فراغت،تاسیسات و تجهیزات شهری، کارگاه‌های صنعتی و واحدهای تجاری روزمره ودرآمد وهزینه شهرداریها در سطح شهرهای باجمعیت ۲۵۰۰۰ نفر وبیشتر استان مذبور ارایه می‌دهد.

▫

اخبار اقتصادی



تشکیل جلسه شورای عالی همکاری ایران با جمهوری‌های مشترک‌المنافع

جمهوری اسلامی ایران سیصدمیلیون دلار برای اجرای طرحهای صنعتی وعمرانی مشترک و توسعه مناسبات با کشورهای مشترک‌المنافع اختصاص داد.

این تصمیم در جلسه شورای عالی همکاری ایران با جمهوریهای مشترک‌المنافع که به ریاست رئیس جمهوری تشکیل شد، اتخاذ شد.

در این جلسه آقای هاشمی رفسنجانی با تأکید براهمیت یافتن راههای توسعه هرچه بیشتر روابط تجاری و اقتصادی بین ایران وکشورهای مشترک‌المنافع، درخصوص حمایتهای بیشتر دولت از صادرکنندگان کالا و خدمات و سرمایه‌گذاری درکشورهای آسیای میانه و قفقاز،ایجاد تمهیدات لازم برای تردد کالا و مسافر در مبادی ورودی و خروجی کشور، فراهم کردن تسهیلات برای مسافران زیارتی و سیاحتی این کشورها، مسائل حمل ونقل، ترانزیت و صنعت رهنمودهایی به مسئولان ارائه کرد.

به گزارش روابط عمومی ریاست جمهوری، در جلسه شورای عالی همکاری ایران با جمهوریهای مشترک‌المنافع که چند تن از وزرا، سفرای جمهوری اسلامی ایران در کشورهای مشترک‌المنافع و استانداران استانهای شمالی کشور نیز حضور داشتند.

تحولات اقتصادی و تجاری جمهوری اسلامی ایران با کشورهای مشترک‌المنافع بررسی شد و ۲۰۰ میلیون دلار برای اجرای پروژه‌های صنعتی و عمرانی مشترک که از نظر مطالعاتی مورد قبول قرار گیرد و یکصدمیلیون دلار برای گشایش اعتبار صادراتی به‌منظور خرید کالا توسط این کشورها از ایران اختصاص یافت.

امضای یادداشت تفاهم بین ایران، ترکمنستان و اوکراین

وزرای خارجه جمهوری اسلامی ایران، ترکمنستان و اوکراین در پایان نشست سه جانبه خود در عشق‌آباد پس از چند دور مذاکره یادداشت تفاهمی را در زمینه گسترش همکاریهای اقتصادی، تجاری به امضا رساندند.

براساس این یادداشت تفاهم کمیته دولتی ترکمنستان ایران و اوکراین به‌منظور پیگیری مسائل مربوط به هماهنگی وگسترش همکاریهای سرمایه‌گذاری و بازرگانی تأسیس میشود.

هدف اصلی کمیته، هماهنگی وگسترش همکاریهای سرمایه‌گذاری و بازرگانی و همچنین نظارت برانجام توافقات سه جانبه در این زمینه است.

براساس این یادداشت تفاهم اوکراین درازاءقسمتی از بخش ارزی گاز ترکمنستان به آن کشور برای سال ۱۹۹۵ به میزان ۱۰میلیون دلار ریل، خط آهن، لازم را به جمهوری اسلامی ایران ارسال می‌دارد و معادل آن مبلغ جمهوری اسلامی ایران عملیات جاده‌سازی مسیر عشق‌آباد، گوک تپه را انجام میدهد. سه کشور همچنین همکاریهای اقتصادی و سیستم ثمربخش پرداختها و اعتبارات راکه اصول آن در موافقتنامه مخصوص بین بانکها تعیین شده است مبنای کار خود قرار می‌دهند.

ایران بیست و پنجمین تولیدکننده فولاد در جهان

جمهوری اسلامی ایران به عنوان بیست و پنجمین تولیدکنند فولاد در جهان در سال میلادی گذشته شناخته شد.

روابط عمومی شرکت ملی فولاد ایران ضمن اعلام این خبر افزود در سال ۱۹۹۳ میلادی شرکت ملی فولاد ایران با تولید ۳/۷ میلیون تن فولاد خام در میان شرکتهای بزرگ فولادسازی در رتبه سی‌ام قرار داشت.

بنابراین گزارش در سال ۱۹۹۴ میلادی تولید فولاد ایران با رشد ۲۲/۵ درصد نسبت به سال قبل به رقم ۴/۵ میلیون تن رسید که به رتبه بیست وپنجم از نظر رشد تولید در میان تولیدکنندگان فولاد جهان دست یافت.

انستیتو بین‌المللی آن و فولاد با ارائه گزارشی ازشرکت نیپون استیل ژاپن با ۲۶/۲ میلیون تن به عنوان بزرگترین شرکت فولاد سازی جهان در سال گذشته میلادی یادکرده است.

براساس طرحهای توسعه در صنعت فولادکشور پیش‌بینی شده است تولید فولاد ایران در پایان برنامه دوم به رقم ۱۰ میلیون تن بالغ گردد.

■

جمهوری اسلامی ایران همچنان بزرگترین شریک تجاری جمهوری آذربایجان است

جمهوری اسلامی ایران طی ۵ ماه اول جاری میلادی با انجام بیش از یکصدمیلیون دلار مبادله تجاری همچنان درصدر جدول شرکای تجاری جمهوری آذربایجان قرار دارد.

به نوشته آخرین شماره هفته‌نامه آینه چاپ باکو طی ۵ ماه اول سال جاری میلادی جمهوری اسلامی ایران ۳۲ میلیون و ۲۸۸ هزار دلارکالا به جمهوری آذربایجان صادر کرده است.

در این آمار میزان کالاهای وارداتی جمهوری اسلامی ایران از جمهوری آذربایجان ۶۷ میلیون و ۹۷۲ هزار دلار عنوان شده است.

در این جدول روسیه با ۳۸ میلیون و ۸۴۲ هزار دلار مبادله کالا وترکیه با ۳۰ میلیون ۴۶۵ هزار دلاردر رده‌های بعدی قرار دارند.

کسری تراز تجاری بین جمهوری آذربایجان با روسیه و ترکیه به ترتیب ۱۶ میلیون و ۵۶۷ هزار دلار و ۲۱ میلیون و ۳۴۸ هزار دلار برآورد شده است.

به گفته مسئولین بخش اقتصادی سفارت جمهوری اسلامی ایران در باکو بیشترین واردات ایران از جمهوری آذربایجان راگازوییل تشکیل میدهد.

تولیدات پلاستیکی، میوه، کنسرو، بیسکویت، مواد غذایی، مبل ومنسوجات از جمله عمده‌ترین صادرات جمهوری اسلامی ایران به جمهوری آذربایجان است.

■

منطقه ویژه تجاری سیرجان آماده پذیرش میلیونها تن کالاهای وارداتی است

منطقه ویژه تجاری سیرجان باتوجه به افتتاح خط آهن بندرعباس به بافق قادر به پذیرش میلیونها تن کالاهای وارداتی و ترانزیتی بدون محدودیت زمانی می‌باشد.

مدیرعامل منطقه تجاری سیرجان افزود: برای ۴۸۰ هکتار اراضی منطقه با وجود آن که سرمایه‌گذاری کمی انجام شده ولی دارای امکانات لازم مانند برق، آب، گاز، فرودگاه و راه‌آهن می‌باشد.

وی افزود: برای توسعه این منطقه ۱۵۰۰ هکتار اراضی طی سه برنامه عمرانی طراحی شده و دراین راستا تسهیلاتی برای صاحبان کالا و یا سرمایه‌گذاری در نظر گرفته شده است.

وی با اشاره به این که ترخیص کالا از منطقه به داخل کشور مستلزم رعایت مقررات صادرات و واردات می‌باشد گفت: در صورتیکه پردازش کالاهای وارده با استفاده از مواد اولیه داخلی باشد واین امر موجب تغییر تعرفه گمرکی کالا شود میزان سود بازرگانی متعلقه تنها معادل سود بازرگانی مواد اولیه و قطعات وارداتی محاسبه می‌شود.

■

گسترش روابط ازبکستان با ایران

معاون نخست‌وزیر ازبکستان با اعلام آمادگی کشورش برای ایجاد روابط گسترده با جمهوری اسلامی ایران خواستار ایجاد مرکز تجاری مشترک دوکشوردر شهر بخارا به عنوان مبدا اصلی ورود و خروج کالا بین دوکشور شد.

معاون وزیر بازرگانی ایران که به‌منظور تهیه مقدمات تشکیل کمیسیون مشترک همکاریهای اقتصادی بازرگانی و علمی دوکشور در تاشکند بسر می‌برد با معاون نخست‌وزیر ازبکستان دیدار کرد.

دو طرف دراین دیدار برترانزیت کالاهای ازبکستان از خاک ایران، ایجاد تسهیلات لازم برای ترددکامیونهای دو کشور تاکید کردند. آنها همچنین برسر افتتاح شعبه بانک صادرات ایران در تاشکند در آینده نزدیک به توافق رسیدند.

معاون نخست‌وزیر ازبکستان با ابراز خرسندی از پیشرفت امور کمیسیون مشترک دوکشور وافقت خود را با امضا سند حمایت از سرمایه‌گذاری دوکشور اعلام کرد.

■

افزایش صادرات فرانسه به ایران در سال ۱۹۹۴

در میان کشورهای صادرکننده به ایران، فرانسه تنها کشوری است که میزان صادرات خود را به ایران در سال ۱۹۹۴ افزایش داده است.

به استثنای ایتالیا که میزان صادرات خود به ایران را نسبت به گذشته ثابت نگهداشته، صادرات بقیه‌کشورها به ایران در سال ۹۴ به‌طور متوسط ۳۰ درصد کاهش داشته است.

افزایش میزان صادرات فرانسه در سال ۹۴ معادل ۸/۵ درصد بوده و به رقم ۸۱۶ میلیون دلار رسیده است.

بیشترین درصد این صادرات به تولیدات صنعتی و امکانات سرمایه‌ای تعلق داشته و میزان صنایع نیمه ساخته، صنایع مصرفی ومواد غذایی کاهش داشته است.

واردات فرانسه از ایران نیز ۳۰ درصد کاهش داشته و به رقم ۱۰۳۰ میلیون دلار بالغ می‌شود.

در این میان مواد غذایی ونفتی کاهش یافته و در مقابل واردات کالاهای صنعتی و مصرفی بالا رفته است.

صادرات ایتالیا به ایران در سال ۹۴ رقم ۱۲۵۰ میلیون دلار بوده‌که مشابه سال قبل از آن است.

واردات این کشور از ایران در این سال ۴۰ درصد کاهش داشته و به ۷۵ میلیون دلار رسیده است.

■

همکاری ایران و چین در تأسیس کارخانه تغلیظ مس

جمهوری اسلامی ایران و چین در زمینه ساخت کارخانه تغلیظ مس در "سونگون" همکاری خواهند کرد.

به گزارش روابط عمومی وزارت معادن و فلزات، این مطلب در دیدار مهندس محلوجی وزیر معادن و فلزات ایران با آقای "جان‌جیان" معاون شرکت فلزات غیرآهنی چین که در راس یک هیات عالیرتبه چینی وارد ایران شده عنوان شد.

در این دیدار مهندس محلوجی ضمن مثبت خواندن نتیجه همکاری دو کشور در ایجاد کارخانه "فروکروم فاریاب" که محصولاتش هم‌اکنون به جهان صادر می‌شود ابراز امیدواری کرد که احداث کارخانه روی در استان یزد نیز با چنین نتیجه‌ای روبرو شد.

محلوجی در دیدار خود با مقامات چینی بهره‌برداری از معادن "سونگون" و همکاری جهت ایجاد واحد تغلیظ مس در این منطقه را بسیار با اهمیت ذکر کرد که این امر با تایید و ابراز علاقه طرف مقابل روبرو شد.

ایران و هند در زمینه تکنولوژی ساختمانی همکاری می‌کنند

ایران وهند در زمینه انتقال تکنولوژی درمورد مصالح ساختمانی، ساخت خانه‌های ارزان‌قیمت و سریع‌الاحداث و مقاوم در برابر زلزله و همچنین کارخانه‌های سیمان کوچک به توافق رسیدند.

براین اساس تفاهم‌نامه‌ای بین دو مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن ایران و کشور هندوستان به امضاء رسید که زمان اجرای آن تابستان سال جاری می‌باشد.

هند وایران در جستجوی شریک برای احداث خط لوله‌گاز هستند

هند وایران به‌منظور تأمین منابع مالی پروژه خط لوله گاز در جستجوی سرمایه‌گذاران هستند. سفیر جمهوری اسلامی ایران در دهلی‌نو در مصاحبه با روزنامه هندو که ۷۰ درصد هزینه این پروژه که حدود ۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار برآورد شده است توسط شریک سومی که احتمالاً غربی خواهد بود تأمین شده ۳۰ درصد باقیمانده به‌طور مساوی توسط ایران و هند تأمین می‌گردد.

وی افزود : فن‌آوری احداث این خط لوله توسط آلمان، ایتالیا وسایر کشورهای اروپایی تهیه خواهد شد. وی گفت که دیدار اخیر آقای رفسنجانی از هند به تلاشهای دوکشور در مورد انتخاب راههای انتقال گاز تحرک بیشتری بخشیده است.

تولیدات صنعتی کشور باید جایگزین صادرات نفت شود

وزیر صنایع با اشاره به فرارسیدن هفته دولت گفت: سهم صادرات صنعتی در ابتدای اولین برنامه پنجساله توسعه دودرصد بود که اکنون این میزان به ۸ تا ۱۰ درصد رسیده است در حالی که در کشورهای دیگر ۸۵ تا ۹۰ درصد سهم صادرات را تولیدات صنعتی تشکیل می‌دهد.

وزیر صنایع مشارکت و همکاری مردم با بخش صنعت را مورد تأکید قرارداد و خواستار استفاده مردم از کالاهای تولید داخل به جای کالاهای خارجی شد.

مراکش دو پالایشگاه را به بخش خصوصی واگذار می‌کند

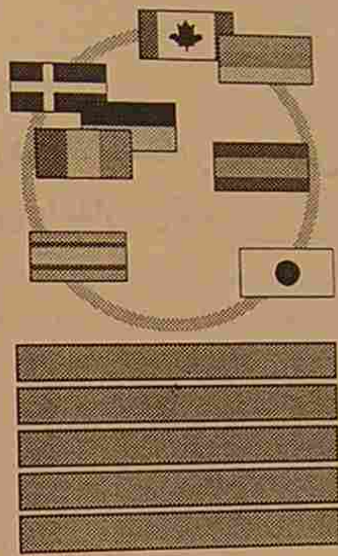
دولت مراکش در راستای اجرای برنامه خصوصی سازی در کشور در نظر دارد اداره دو پالایشگاه نفت را به بخش خصوصی واگذار کند.

نشریه اوپک نوشت: دولت مراکش در نظر دارد اداره پالایشگاه نفت "محمدیه" در نزدیکی شهر کازابلانکا و پالایشگاه نفت "رباط" را در سالهای ۱۹۹۵ و ۱۹۹۶ به بخش خصوصی واگذار کند.

دولت مراکش به منظور اجرای برنامه خصوصی‌سازی در کشور در سالهای ۹۳ و ۹۴ نیز شبکه توزیع موادنفتی در کشور را به بخش خصوصی واگذار کند.

درحال حاضر کمپانیهای نفتی بین‌المللی نظیر موبیل از آمریکا، شل از هلند و توتال از فرانسه فعالیتهای نفتی گسترده‌ای در مراکش دارند.

کوتاه از کشورها



یمن



کاهش ارزش پول یمن

ارزش ریال یمن که از حدود یک ماه پیش رسماً کاهش یافته بود در بازار آزاد این کشور همچنان با کاهش روبه‌روست و روز یکشنبه هر ۱۵۰ریال یمن در برابر یک دلار معامله شد.

به گزارش خبرگزاری فرانسه از صنعا: دولت یمن فروردین‌ماه نرخ رسمی دلار را از ۱۲ ریال به ۵۰ریال افزایش داد. در این حال علیرغم بازداشت گروهی از دلالان ارز، بازار سیاه ارز در یمن بسیار فعال شده است. در این مدت درحدود ۵۰۰دلال ارز دستگیر شده‌اند و دولت به منظور احیای اقتصاد آسیب دیده و جلوگیری از کسری روزمره بودجه اصلاحاتی را آغاز کرده اما کاهش ارزش پول این کشور متوقف نشده است.

هند



هند تا سال ۲۰۲۰ چهارمین قدرت بزرگ اقتصادی جهان خواهد شد

به گفته منابع بانک جهانی هند برمبنای برابری قدرت خرید تا سال ۲۰۲۰ به عنوان چهارمین قدرت بزرگ اقتصادی جهان ظاهر خواهد شد.

روزنامه "پایونیر" چاپ دهلی به نقل از منابع بانک جهانی نوشت: ارزیابی اجرای اصلاحات اقتصادی کشورهای جهان براساس برابری قدرت خرید در بازار و نه براساس نرخ تبدیل پول آنها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۰کشورهای چین، آمریکا، ژاپن، هند، اندونزی و آلمان به ترتیب شش قدرت بزرگ اقتصادی جهان خواهند بود.

در حال حاضر گروه ۷که شامل کشورهای آمریکا، کانادا، ژاپن، آلمان، انگلستان، فرانسه و ایتالیا می‌باشد ثروتمندترین کشورهای جهان هستند ولی تا سال ۲۰۲۰ چهارکشور گروه ۷ در ترکیب شش غول اقتصادی جهان حضور نخواهند داشت.

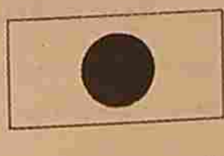
در حال حاضر نیز چین و هند براساس برابری قدرت خرید نسبت به دو کشور گروه ۷ در وضعیت بهتر اقتصادی قرار داشته و هند از این لحاظ ششمین قدرت بزرگ اقتصادی جهان می‌باشد.

هند

هند بزرگترین خریدار طلا در جهان است

هند با خرید ۲۳۵/۱ تن طلا طی شش ماه اول سال جاری میلادی مقام اول خود به عنوان بزرگترین خریدار طلا در جهان را حفظ کرد.

ژاپن



ژاپن بار دیگر در صدر کشورهای سازنده کشتی در جهان قرار گرفت

وزن کشتیهای سفارش داده شده به ژاپن در سال مالی منتهی به ۳۱ ماه مارس ۹۵ سال مالی منتهی به ۱۱ فروردین ۷۴ به ۱۰/۵ میلیون تن رسید به این ترتیب ژاپن بار دیگر به جای کره جنوبی در صدرکشورهای سازنده کشتی در جهان قرار گرفت.

خبرگزاری فرانسه از توکیو ضمن اعلام این مطلب افزود: سفارشهای جدید ارائه شده به صنایع کشتی‌سازی ژاپن در سال مالی گذشته ۳۸/۵ درصد بیش از سال مالی ۹۳/۹۴ بود.

اعضای اتحادیه‌صادرکنندگان کشتی در ژاپن معتقدند افزایش ارزش ین در مقابل دلار آمریکا می‌تواند در سال مالی جدید برفروش کشتیهای ساخت این کشور تاثیر منفی بگذارد.

خبرگزاری هند از بمبئی اعلام کرد که هند در مدت مشابه سال قبل ۱۹۳/۹ تن طلا خریده بود. خرید سالجاری این کشور در مقایسه با سال قبل ۲۱ درصد بیشتر است.

ژاپن، آمریکا، چین و عربستان سعودی به ترتیب با خرید ۱۶۴ تن، ۱۳۹ تن، ۱۱۹ تن و ۹۹ تن طلا در شش ماه اول سالجاری در ردیف‌های بعدی قرار دارند.

تقاضا برای طلا در سه ماهه اول سالجاری در کشورهای صنعتی حدود ۲۳۴ تن بود که درمقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۸ درصد افزایش داشت. ولی در اروپا تقاضا برای جواهرات طی سه ماهه دوم سالجاری در مقایسه با سه ماهه اول به دلیل رکود بازار ایتالیا و آلمان ۴ درصد کاهش یافت.

فیلیپین



مبادلات تجاری فیلیپین افزایش یافت

ارزش مبادلات تجاری فیلیپین در ماههای ژانویه و فوریه سال میلادی جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۲۱ درصد ترقی کرد و به پنج میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار رسید.

اداره آمار فیلیپین افزود: کسری تراز بازرگانی فیلیپین در ماههای یادشده بیش از شش درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل تنزل کرد واز یک میلیارد و ۱۲۰ میلیون دلار به یک میلیارد و ۵۰ میلیون دلار رسید.

مبادلات تجاری فیلیپین در ماه فوریه سال ۱۹۹۵ حدود ۲۶/۳ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش یافت.

در ماه مورد بحث کشورهای امریکا، ژاپن، سنگاپور، آلمان و سنگاپور از شرکای عمده تجاری ژاپن بودند.

فیلیپین در تراز تجارت خود با امریکا در ماه فوریه سال ۱۹۹۵ به مازاد دست یافت.

ایتالیا

تولید صنایع ایتالیا افزایش یافت

میانگین تولید صنایع ایتالیا در ماههای ژانویه و فوریه سال میلادی جاری(۱۱ دی تا ۹ اسفند۷۳) نسبت به مدت مشابه در سال ۱۹۹۴ حدود۱۰ درصد ترقی کرد.

اداره آمار ملی ایتالیا افزود: تولید صنایع ایتالیا در ماه فوریه سال میلادی جاری ۱۲ بهمن تا ۹ اسفند ۷۳ نسبت به مدت مشابه در سال ۹۴ حدود ۷/۳ درصد افزایش یافت.

تولید صنایع ایتالیا در یک سال منتهی به ماه ژانویه سال میلادی جاری یک ساله منتهی به ۱۱ بهمن ۷۳ حدود ۱۳ درصد ترقی کرد.

تولید صنعتی ایتالیا در ماه فوریه سال ۱۹۹۵ در بخش اتومبیل سازی ۱۶/۷ درصد و در بخش کالاهای مصرفی حدود ۵/۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال میلادی گذشته افزایش یافت.

INC ICC

نشریات چاپ شده توسط کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین المللی

شماره‌کتاب	نام نشریه	سال‌چاپ
۱	شرایط واصطلاحات بازرگانی بین المللی	۱۳۶۶
۲	درج شرط داوری درقراردادهای بین المللی	۱۳۶۶
۳	جریان داوری در دیوان داوری	۱۳۶۶
۴	اجرای احکام داوری	۱۳۶۷
۵	بارنامه ونقش آن درتجارت بین المللی	۱۳۶۷
۶	بیمه‌وکاربردآن درجهان امروز	۱۳۶۷
۷	آشنائی بابیمه حمل دریائی ـ شرایط وکاربرد	۱۳۶۷
* ۸	بارنامه بدون قید	۱۳۶۷
* ۹	مجموعه شرایط بیمه‌های باربری چاپ اول ۱۳۶۸ چاپ دوم	۱۳۷۱
۱۰	جنبه‌های حقوقی تجارت خارجی	۱۳۶۸
* ۱۱	داوری وموسسات تجاری دولتی	۱۳۶۸
۱۲	راهنمای شرایط واصطلاحات بازرگانی (اینکوترمز)	۱۳۶۹
۱۳	اینکوترمز ۱۹۹۰ چاپ اول ـ ۱۳۷۰ چاپ دوم ۱۳۷۰ چاپ سوم	۱۳۷۱
* ۱۴	شرط فورس ماژور	۱۳۶۹
۱۵	حمل ونقل وبانکداری بین المللی	۱۳۶۹
* ۱۶	داوری وقانون اساسی	۱۳۷۰
* ۱۷	سیرتحول مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی طی سالهای ۱۹۸۳-۱۹۷۴	۱۳۷۱
* ۱۸	نقش فورواردر درحمل ونقل بین المللی	۱۳۷۰
* ۱۹	پیشگیری ازخسارت آتش سوزی وحمل دریائی محمولات	۱۳۷۲
* ۲۰	تنظیم قراردادهای بازرگانی بین المللی	۱۳۷۰
۲۱	مقررات UNCTAD/ICC برای اسناد حمل	۱۳۷۱
* ۲۲	تحلیلی برمقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی وکاربردآن درمعاملات اعتبارات اسنادی (UCP)	۱۳۷۱
۲۳	آشنائی بااتاق بازرگانی بین المللی وکمیته ایرانی اتاق بازرگانی	
* ۲۴	راهنمای اینکوترمز ۱۹۹۰	۱۳۷۱
* ۲۵	فرم نمونه قرارداد نمایندگی بازرگانی بین المللی	۱۳۷۳
* ۲۶	مقررات متحدالشکل اعتبارات اسنادی (UCP-500) چاپ اول ۱۳۷۲ چاپ دوم	۱۳۷۳

*برای دریافت نشریاتی که باعلامت ستاره مشخص شده اند به دبیرخانه کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین المللی خیابان طالقانی پلاک ۲۵۴ ساختمان اتاق بازرگانی طبقه ۴ اتاق ۴۰۴ مراجعه فرمائید.



آلمان

آلمان دومین صادرکننده بزرگ جهان است

کشور آلمان بعد از آمریکا بزرگترین صادرکننده کالا در دنیا است.

انستیتواقتصاد آلمان درکلن اعلام کرد این کشور با صادرات ۴۲۱/۹ دلار کالا درسال گذشته میلادی رتبه دوم خود را درجهان حفظ کرده است.

براساس این گزارش آمریکا با ۵۱۲/۷ میلیارد دلار و ژاپن با ۳۹۷ میلیارد دلار به ترتیب اولین و سومین صادرکننده کالا درسال گذشته میلادی می‌باشند.

بنابه گزارش انستیتو اقتصاد آلمان افزایش صادرات این کشور درسال گذشته در مقایسه با یک سال پیش از آن چشمگیر بوده وبالغ بر ۶۰ میلیارد دلار است.

برپایه این گزارش، کشورهای فرانسه، انگلستان،ایتالیا،کانادا،هنگ کنگ، هلند و بلژیک به ترتیب با ۲۳۶، ۲۰۵/۲، ۱۸۹/۱ ، ۱۶۵/۸، ۱۵۲/۷، ۱۴۸/۹ و ۱۳۱/۱ میلیارد دلار رتبه چهارم تا دهم جدول صادراتی جهان را به خود اختصاص داده‌اند.

عربستان سعودی

واردات عربستان سعودی درسال ۱۹۹۴ کاهش یافت

واردات عربستان سعودی از ۸۰ میلیارد ریال سعودی (۲۱/۳ میلیارد دلار) درنه ماه اول سال ۱۹۹۳ میلادی با ۲۰ درصد کاهش به ۶۴ میلیارد ریال سعودی درمدت مشابه درسال ۱۹۹۴ میلادی رسید.

روزنامه عرب نیوز این کاهش رابه رشد تولید داخلی وتوسعه صنایع جایگزین نسبت داد.



اسپانیا

رشد اقتصادی اسپانیا به ۳ درصد رسید

رشد اقتصادی اسپانیا در سه ماهه آوریل تا ژوئن سال میلادی جاری به ۳ درصد رسید.

تراز تجاری نامطلوب اسپانیا یکی از عوامل افزایش اندک رشد اقتصادی این کشور در مدت مذکور بوده است.

رشد تولید ناخالص داخلی اسپانیا در سه ماهه ژانویه تامارس سال میلادی جاری به میزان ۳/۱ درصد ثبت شد.

میزان سرمایه گذاری داخلی در اسپانیا که یکی از عوامل تداوم رشد اقتصادی دراین کشوراست، درسه ماهه دوم سال میلادی جاری ۹ درصد رشد داشت.

وزیر دارایی اسپانیا اخیرا برآورد اولیه خود درمورد رشد تولید ناخالص داخلی کشور درسال ۹۵ میلادی رابه ۳/۲ درصد اصلاح کرد.



ترکیه

درآمد ترکیه از صادرات فندق

ترکیه طی ۱۱ ماه گذشته معادل ۷۶۵ میلیون و۴۹۵ هزار دلار فندق به کشورهای مختلف جهان صادر کرده است.

صادرات فندق ترکیه در تمام فصول سال ادامه دارد.

اتحادیه صادرکنندگان فندق ترکیه باانتشار آماری اعلام کرد طی این مدت درمجموع ۲۳۵ هزار و ۲۶۷ تن مغز فندق از این کشور صادر شده است.

ترکیه ۸۰ درصد بازار فندق جهان را دراختیار دارد وبخش عمده این محصول به اروپا بویژه به آلمان صادر می‌شود.

فندق در ترکیه در مناطق شمالی وکناره دریای سیاه تولید می‌شود.



عربستان سعودی

پادشاه عربستان سعودی خواستار سرمایه‌گذاری درخلیج فارس است

پادشاه عربستان سعودی ازسرمایه گذاران در خلیج فارس خواست به خروج سرمایه از این منطقه پایان دهند.

وی گفت: دولت وبخشهای خصوصی باید به منظور کمک به بهبود اوضاع اقتصاد این منطقه وابسته به نفت، درشش کشور عضو شورای همکاری خلیج فارس سرمایه گذاری کنند.

وی افزود: "ما باید از یکدیگر حمایت کنیم و روابط میان کشورهای عضو شورا به ویژه روابط اقتصادی را توسعه دهیم."

بنابرگزارش آسوشیتدپرس سرمایه گذاران این منطقه به دلیل عدم فرصتهای سرمایه گذاری در اقتصاد کشورهای عرب حوزه خلیج فارس که برمحور بخشهای عمده نفتی دولتی استوار است قسمت اعظم سرمایه خود رابه خارج از این منطقه ارسال کرده‌اند.



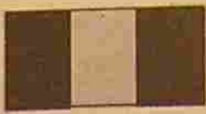
چین

چین همکاری با " اسه ان " راگسترش می‌دهد

چین درنظردارد همکاریهای خود با اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا آسه‌آن راگسترش و توسعه دهد.

وزیر خارجه چین در دیدار با وزیر خارجه اندونزی که درپکن بسر می‌برد، گفت چین امیدوار است در راستای صلح وثبات منطقه همکاریهای بلندمدتی با آسه‌آن داشته باشد.

دراین ملاقات وزیر خارجه اندونزی گفت کشورش به عنوان رابط بین آسه آن و چین در راستای توسعه همکاریهای این اتحادیه با پکن تلاش خواهد کرد.



ایتالیا

ایتالیا هشتمین کشور مصرف‌کننده طلای جهان در سال ۹۴

ایتالیادرسال ۹۴ باوجود بحران اقتصادی به عنوان هشتمین مصرف‌کننده طلا درجهان شناخته شده است.

خبرگزاری ایتالیایی "انسا" طی خبری به نقل از شورای جهانی طلا می‌نویسد:

طی سال ۹۴ درایتالیا تقاضای داخلی برای طلا۱۰۹ تن، یعنی ۳ درصدکمتر از سال ۹۳اعلام شد.

براساس همین گزارش درسال ۹۴ هند بامصرفی معادل ۴۱۵ تن به عنوان اولین مصرف‌کننده طلای جهان شناخته شده است.عربستان سعودی نیز با کاهش مصرفی معادل ۱۳ درصد از مقام سوم مصرف کننده طلای جهان به مقام پنجم نزول کرده است.

شورای جهانی طلا می‌افزاید که طی شش ماهه دوم سال ۹۴ تقاضا برای جواهر در ایتالیا وسایر کشورهای اروپایی روبه افزایش گذاشته است.



چین

چین به قدرت اقتصادی تبدیل می‌شود

یک روزنامه استرالیایی معتقد است چین به تدریج به بزرگترین قدرت اقتصادی درجهان تبدیل می‌شود و این درحالی است که جاه‌طلبی‌های اقتصادی ونظامی آینده آن قابل پیش‌بینی نیست.

چین با رشد اقتصادی بالای ده درحال تبدیل شدن‌به‌یک‌قدرت‌اقتصادی‌درجهان است و هم‌اکنون قدرت اقتصادی این کشور از سیستم اقتصادی کشورهای انگلیس و فرانسه قوی‌تر است و به قدرت اقتصادی ژاپن نزدیک می‌شود.

به نوشته این روزنامه اقتصاد چین احتمالا تاسال ۲۰۱۰ (۱۵ سال دیگر) از اقتصاد امریکا بیشی خواهد گرفت.



هند

هند تاسال ۲۰۰۰ موانع تجارت خارجی را رفع می‌کند

وزیر تجارت هند گفت: دولت هند درنظردارد تا سال ۲۰۰۰ میلادی تمام موانع تجارت خارجی کشور را ازبین ببرد.

وی همچنین اظهارداشت: دولت هند تمامی موانع تعرفه‌ای وتمامی محدودیتهای کمی تجارت راتاپایان قرن حاضر از بین خواهد برد.

وی گفت : تجارت آزاد هند تا پایان قرن حاضر میسر خواهد بود، زیرا میانگین رشد اقتصادی هند تاسال ۲۰۰۰ میلادی به ۷تا۸ درصد در سال خواهد رسید.

هند

تلاش هند برای افزایش صادرات منسوجات

بابرطرف شدن محدودیت سهمیه بندی در صادرات منسوجات طی ۱۰ سال آینده هند امیدوار است درصدور این کالا از چین سبقت بگیرد.

وزیر منسوجات هند درپایان دیدار خوداز کشورهای آلمان، بریتانیاو امریکا در دهلی‌نو گفت که دلیل بیشتر بودن صادرات منسوجات چین نسبت به هند سهم بیشتر این کشور درسهمیه صادراتی جهانی این کالاها می‌باشد.

وی گفت سهم صادرات منسوجات چین به آمریکا ۱۳ درصد می‌باشد ولی سهم هند دراین کشور کمتر از۳درصد است. وی همچنین گفت که ارزش صادرات منسوجات هند به انگلستان درسال گذشته به ۲۱۹ میلیون پوندرسید واین درحالی است که ارزش صادرات منسوجات چین به آن کشورسه برابر این رقم بود.



مصر

افزایش درآمد مصر از کانال سوئز

روزنامه الاهرام چاپ قاهره گزارش داد که درآمد ناشی ازآمد ناشی از آمدوشد شناورها در کانال سوئز درسال مالی ۹۵-۱۹۹۴ نسبت به سال پیش از آن پنج درصد افزایش یافته است.

خبرگزاری یونایتدپرس در گزارشی به نقل از این روزنامه اعلام کرد درآمدهای حاصل دراین مدت به ۲/۱ میلیارد پاوند مصر،۷/۱۵ میلیارددلار رسید.

مصرازاین کانال سالانه حدود دو میلیارد پاوند مصری بدست می‌اورد و این کانال با جهانگردی به عنوان منبع عمده درآمد و ارز کشور برابری می‌کند.



فیلیپین

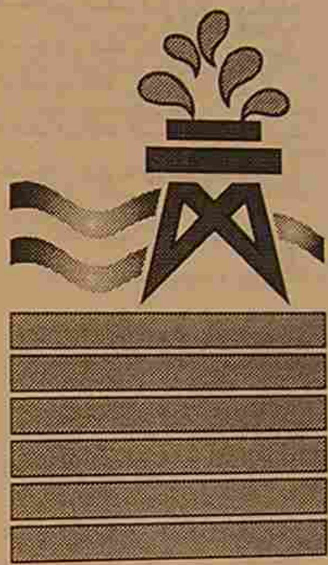
صادرات فیلیپین افزایش یافت

صادرات فیلیپین از۶/۱۱۱ میلیارد دلار در شش ماه اول سال ۱۹۹۴ میلادی تاحدود زیادی به دلیل فروش بخش روبه رشد وسایل الکترونیکی به ۷/۹۸۵ میلیارددلاردرمدت مشابه درسال ۱۹۹۵ میلادی ترقی کرد که نمایانگر یک افزایش ۳۰/۹ درصدی درمدت یادشده است.

رئیس جمهوری فیلیپین گفت عملکرد صادرات این کشور درنیمه اول سال جاری میلادی به خوبی درجهت اهداف پیش‌بینی شده برای سراسر سال که روی حداقل ۱۶ میلیارددلار تثبیت شده پیش می‌رود.

وی افزود:مابسیار خوشبین هستیم که می‌توانیم به اهداف صادرات برای تمام سال ۱۹۹۵ میلادی تحقق بخشیم.

نفت و انرژی



بازارهای فروش نفت ایران گسترش می‌یابد

با جذب مشتریان تازه و افزایش فروش نفت به خریداران قبلی مانند چین،هند، بلغارستان و... بازارهای فروش نفت ایران روز به‌روز متنوعتر و گسترده‌تر می‌شود.

با اعلام تحریم تجاری ،سرمایه گذاری امریکا علیه ایران از سوی کلینتون در اردیبهشت ماه گذشته، تلاشهای وزارت نفت جمهوری اسلامی ایران برای جایگزینی شرکتهای امریکایی، آغاز شد.

ایران توانست در کوتاه‌ترین زمان ممکن مشتریان جدیدی بیابد.

براساس طرح رئیس جمهوری امریکا، شرکتهای امریکائی از انعقاد قراردادهای همکاری و خرید نفت با ایران منع شدند.

این شرکتها در سال میلادی گذشته بالغبر ۴ میلیارددلار نفت خام برای عرضه در خارج از خاک امریکا، از ایران خریدند. میزان خریدهای نفتی آنها تا قبل از فرارسیدن زمان اعمال تحریم تا سطح روزانه ۷۰۰ هزار بشکه افزایش یافت، به طوریکه میانگین واردات نفت خام آنها از ایران در نیمه نخست سال میلادی جاری بیش از ۴۰۰ هزار بشکه در روز برآورد شده است.

منابع دیپلماتیک در دبی اعلام کردند: هند موافقت کرده است که سالانه ۳ میلیون تن نفت خام از ایران واردکند. به این ترتیب، ایران سالانه ۱۰ درصد واردات نفت خام هند را تأمین خواهد کرد.

به گفته این منابع (قرارداد فروش نفت ایران به هند) هنگام دیدار وزیرامورخارجه هند از تهران امضا شد که به تقویت صنعت نفت ایران منجر می‌شود.

در همین حال هفته‌نامه انگلیسی "انرژی کامپس" در شماره اخیر خود نوشت: صادرات نفت ایران به بلغارستان افزایش یافته است.

پالایشگاه "وچیم" بلغارستان واقع در بندر "بورگس" در ساحل دریای سیاه در ماههای تیر و مرداد سال جاری روزانه ۳۵۰ هزار بشکه نفت خام سنگین از ایران وارد کرده است.

واردات نفت آلمان از ایران افزایش داشته است

واردات نفت آلمان از جمهوری اسلامی ایران در پنج ماهه اول سال جاری میلادی با بیش از ۲۶ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه در سال ۱۹۹۴ بالغ بر ۸۶۱ هزار تن و به ارزش ۱۶۶ میلیون و ۴۴۸ هزار مارک بوده است.

از آنجا که درماه مه ۱۹۹۵ میلادی ۱۸۲ هزار تن از واردات نفت آلمان از ایران می‌باشد جمهوری اسلامی ایران همچنان در زمره ۱۰ کشور مهم صادرکننده نفت به آلمان قرار دارد.

گزارش اداره اقتصاد آلمان در شهر اشبورن همچنین حاکیست در سال ۱۹۹۵ جمعا" حدود ۴۲ میلیون نفت به ارزش ۸/۱ میلیارد مارک از ۱۷ کشور به آلمان وارد شده که به نسبت زمان مشابه در سال قبل از آن از نظر فروش ۲۹۴ درصد و از نظر ارزش نیز حدود ۰/۴ درصد کاهش داشته است.

بنابراین گزارش متوسط قیمت هر تن نفت وارداتی آلمان در زمان مذکور بالغبر ۱۹۳/۳۲ مارک در مقابل ۱۸۹/۴۹ مارک در پنج ماهه اول سال ۱۹۹۴ میلادی محاسبه شده است.

در پنج ماه اول سال جاری میلادی ۲۸/۷ درصد از نفت وارداتی آلمان از منابع دریای شمال و ۳۵/۴ درصد از منابع کشورهای اوپک بوده است.

واردات نفت آلمان از جمهوری اسلامی ایران در سال گذشته میلادی با ۲۰/۵ درصد کاهش به نسبت سال ۱۹۹۳ بالغبر یک میلیون و ۹۷۷ هزار تن و به ارزش ۳۸۱ میلیون و ۶۹۹ هزار مارک اعلام شده بود.

جمهوری آذربایجان و فرانسه برای اکتشاف نفت در دریای خزر همکاری می‌کنند

جمهوری آذربایجان ۵۰ درصد از سهام خود را در قرارداد اکتشاف و بهره‌برداری نفت از جنوب غربی دریای خزر به شرکت ال.ف فرانسه واگذار میکند.

خبرگزاری مستقل توران جمهوری آذربایجان به نقل از رئیس شرکت نفت این جمهوری افزود: شرکت ال. ف در کارهای تحقیقاتی و اکتشاف نفت در این حوزه با شرکت‌های شورون آمریکا و نفت جمهوری آذربایجان همکاری خواهد کرد.

قرارداد جمهوری آذربایجان با شرکت شورون آمریکا برای استخراج نفت از منطقه جنوب غربی دریای خزر سال ۱۹۹۳ امضا شده بود.

توتال درصدد گسترش فعالیت‌های نفتی در ایران

شرکت نفتی توتال که اخیراً موفق شد قرارداد بهره‌برداری از حوزه نفت و گاز سیری را با ایران منعقد کند به گسترش سطح فعالیت‌های نفتی وگاز خود در ایران می‌اندیشد.

به نوشت هفته نامه نفتی انرژی کامپس چاپ لندن این شرکت فرانسوی گسترش فعالیت در صنایع نفت وگاز خاورمیانه را، که از نظر میزان ذخیره و هزینه تولید برسایر مناطق جهان برتری دارد، مورد توجه قرار داده و اکنون در امارات، عراق، ایران، لیبی، عمان، قطر و یمن فعالیت‌های نفتی دارد.

این شرکت در طول چهار ماه گذشته ۴ قرارداد جدید با کشورهای منطقه منعقد کرده که براساس یکی از آنها توتال قرار است ۶۰۰ میلیون دلار برای بهره‌برداری از منابع نفت و گاز حوزه‌های سیری و سیری -بی،واقع در نزدیکی جزیره سیری در زیر آبهای خلیج فارس، سرمایه گذاری کند.

چین خواستار توسعه همکاریهای نفتی و فنی با ایران است

مدیرعامل شرکت نفت چین خواستار توسعه همکاریهای نفتی و فنی تهران و پکن در فعالیتهای بالادستی و پایین دستی صنعت نفت شد.

به گزارش روابط عمومی وزارت نفت، مدیر عامل شرکت نفت چین که در راس هیأتی از مقامهای نفتی این کشور به تهران سفر کرده است. در ملاقات خود با وزیر نفت ایران روابط و مناسبات دوکشور را مودت‌آمیز خواند.

آقازاده نیز ضمن استقبال از توسعه همکاریهای نفتی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و چین، گفت: گسترش این همکاریها عامل ثبات در تحکیم و تعمیق روابط دو کشور است.

در این دیدار همچنین مسایل مربوط به بازار جهانی نفت، امکانات همکاری دو کشور پیرامون اکتشاف، تولید، احداث پالایشگاه و تأسیس شرکتهای مشترک به‌منظور فعالیت در زمینه‌های فنی و مبادلات نفت، گاز و مواد پتروشیمی بحث وبررسی شد.

تولید نفت ایران در بالاترین سطح ۱۶ سال گذشته

آخرین بررسیهای انجام شده توسط یک شرکت بزرگ نفتی انگلیسی نشان می‌دهد تولیدات نفت ایران اکنون در بالاترین سطح ۱۶ سال گذشته قرار دارد.

شرکت نفتی بریتیش پترولیوم در آخرین سالنامه بازنگری آمارهای جهانی انرژی میانگین تولید نفت روزانه ایران در سال ۱۹۹۴ میلادی را ۳/۶ میلیون بشکه برآورد کرده است که ۰/۱ درصد یا معادل روزانه ۵ هزار بشکه بالاتر از سطح آن در سال ۹۳ می‌باشد.

نکته قابل توجه از دید این نشریه آن است که روند صعودی تولید نفت ایران که از سال ۸۲ آغاز شده ادامه یافته و سطح تولید نفت روزانه ایران اکنون در بالاترین سطح ۱۶ سال گذشته می‌باشد.

بعداز پیروزی انقلاب اسلامی تولیدات نفت ایران تا سطح روزانه ۳/۱۷۵ میلیون بشکه پایین آمده و با آغاز جنگ تحمیلی روند نزولی خود را ادامه داد چنان که در سال ۸۱ به ۱/۳۲ میلیون بشکه در روز تنزل پیداکرده بود لیکن از آن پس تا کنون به جز در طول سالهای ۸۴ تا ۸۷ در حال افزایش بوده است.

اولین سکوی حفاری نفتی در ایران ساخته شد

با ساخت اولین سکوی حفاری نفتی خود بالابر(جک اپ) توسط شرکت صنعتی دریایی ایران (صدرا) دانش فنی ساخت این صنعت در کشور فراهم شد.

مدیر منطقه شمال شرکت صدرا اظهار داشت: قرارداد سرمایه گذاری ساخت این سکو که توسط شرکت " رامورپیلا" فنلاند منعقد شده است حدود ۶۳ میلیون دلار و ۹۶۰ میلیون ریال می‌باشد.

وی گفت: حدود ۴۰ میلیون دلار از هزینه ارزی توسط شرکت فنلاندی برای خرید ماشین‌آلات و مابقی صرف هزینه‌های جاری ساخت سکو شده است.

وی آمادگی صدرا را برای ساخت دومین سکوی حفاری نفتی با هزینه ارزی ۵۴ میلیون دلار با توجه به قیمتهای جهانی بدون حضور کارشناسان خارجی اعلام کرد.

وی سپس به ویژگی‌های سکوی نفتی حفاری ساخته شده اشاره کرد و گفت: یکی ازمزیتهای این سکو قابلیت جمع‌آوری پایه‌ها بعد از اتمام کار حفاری است.

وی افزود: این شرکت همچنین در زمینه ساخت کشتی‌های ماهیگیری ۴۵ متری چند منظوره، عملیات آتش خواری یدک‌کش وکشتی بویه‌گذار فعالیت داشته است و اسکله‌ای نیز برای ترانزیت محموله‌های نفتی دراین منطقه ساخته است.

وزیر نفت عربستان خواستار همکاری تولیدکنندگان نفت شد

وزیر نفت ومنابع معدنی عربستان خواستار همکاری تمامی کشورهای تولیدکننده نفت در جهان شد.

وی در دهمین کنفرانس جهانی مواد موثر در صنایع نفت و پتروشیمی درکویت تاکید نمود که کشورهای تولیدکننده نفت تنها عوامل تعیین بازار نفت نیستند بلکه نوسانات در بازار نفت ممکن است تاثیر منفی بر استقرار و ثبات بازار بگذارد.

وزیر نفت عربستان گفت: سازمان کشورهای صادرکننده نفت اوپک که جهان بطور اغراق‌آمیزی در مورد نقش آن سخن می‌گوید تنها یک سوم کشورهای صادرکننده نفت را تشکیل می‌دهد.

اوپک که ۷۶ درصد ذخایر نفتی جهان را دارا می‌باشد در حال حاضر ۴۱ درصد تولید نفت جهان را به عهده دارد.

وی افزود اوپک که در دهه هفتاد ۷۲ درصد صادرات نفت جهان را داشت و اکنون ۵۲ درصد صادرات نفت را دارد.

نفت، تنها منبع انرژی قرن آینده

وزیر نفت سابق کویت:نفت ، تنها منبع انرژی قرن آینده خواهد بود. وی گفت: میزان تقاضای جهانی نفت با افزایش سالانه یک درصد تا سال ۲۰۱۰ میلادی به روزانه ۸۰ میلیون بشکه بالغ خواهد شد.

رئیس صندوق توسعه اجتماعی و اقتصادی عرب در این کنفرانس گفت: در سال ۲۰۱۰ میلادی، نفت ۵۰ درصد مصرف انرژی جهان را تأمین خواهد کرد.

بیش از ۳۳۰ کارشناس از ۲۸ کشور جهان در دومین کنفرانس نقش کاتالیزورها در صنایع پتروشیمی و پالایش نفت شرکت کرده بودند.

وزیر نفت عربستان سعودی در جلسه افتاحیه این کنفرانس گفت: کشورهای صنعتی جهان در حال حاضر میزان مصرف انرژی و نفت خود را به ترتیب ۳۰ و ۴۰ درصد کاهش داده‌اند تا بتوانند میزان تولید ناخالص ملی خود را در سطح دو دهه گذشته حفظ کنند.

تحولی جدید در پروژه انتقال گاز ایران به ترکیه

مسئولین شرکت دولتی خطوط لوله نفت وگاز ترکیه اعلام کردند ایران با درخواست این کشور مبنی بر افزایش سقف واردات گاز طبیعی این کشور از ۸ میلیارد مترمکعب به ۱۱ میلیاردمترمکعب موافقت کرده است.

براساس قراردادی که خردادماه گذشته در سفر وزیر نفت ایران به ترکیه امضاء شد. با احداث خط لوله‌ای از ایران به ترکیه این کشور تا سقف ۸ میلیارد مترمکعب سالانه از کشورمان گاز طبیعی وارد خواهد کرد.

روزنامه اقتصادی دنیا چاپ استانبول نوشت در سفر اخیر مسئولین "بوتاش" به تهران قدمهای مهمی در جهت حیات دادن به پروژه انتقال گاز ایران به ترکیه برداشته شد.

در این سفر پیشنهاد شد سقف واردات سالانه گاز ترکیه از ایران ۳ میلیارد مترمکعب افزایش یابد که مقامات تهران با این پیشنهاد موافقت کردند.

بنابراین توافق با احداث خط لوله در مرحله اول ترکیه سالانه دو میلیارد مترمکعب گاز طبیعی از ایران وارد خواهد کرد که این رقم بطور مرحله‌ای تا سقف ۱۱ میلیارد مترمکعب در سال افزایش داده خواهد شد.

پروژه خط انتقال گاز اسدآباد به کنگاور به بهره‌برداری رسید

پروژه خط انتقال گاز اسدآباد به کنگاور در منطقه غرب کشور با حضور دکتر حسن حبیبی معاون اول رئیس جمهوری مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

با بهره‌برداری از این پروژه شهرهای اسدآباد و کنگاور در استانهای همدان و کرمانشاه به شبکه گاز پیوستند.

برای اجرای این پروژه خط انتقال گاز به طول ۴۷ کیلومتر یک میلیارد و ۷۲۰ میلیون ریال هزینه شده است.

رئیس شرکت گاز منطقه ۷ گفت: با اجرای این طرح به صورت امانی حدود یک میلیارد ریال در هزینه‌های پیش‌بینی شده صرفه‌جوئی به عمل آمده است.

تمایل فرانسه برای سرمایه‌گذاری در پروژه انتقال گاز ترکمنستان به ایران

تلویزیون باکو گفت: دولت فرانسه قصد دارد در پروژه بزرگ انتقال گاز ترکمنستان از طریق خاک ایران و ترکیه به اروپا سرمایه گذاری کند.

این منبع افزود : نخست‌وزیر فرانسه اخیراً طی نامه‌ای به رئیس جمهور ترکمنستان آمادگی پاریس را برای سرمایه‌گذاری در احداث خطوط لوله انتقال گاز ترکمنستان اعلام کرد.

اطلاعیه

قابل توجه اعضای محترم اتاق

به تصمیم کمیته مالیاتی اتاق ایران نهادی تحت عنوان "واحد امور مالیاتی" در اتاق ایران تشکیل گردیده‌است.

مراتب جهت اطلاع اعضاء محترم اتاق بمنظور حل و فصل مسائل مالیاتی آنها به این وسیله به اطلاع کلیه اعضای محترم اتاق میرسد. امید است که خدمات این واحد جدید مورد توجه بازرگانان و صاحبان صنایع و دیگر اعضاء و سازمانهای وابسته به اتاق قرار گیرد.

واحد امور مالیاتی

اخبار اتاق

تفاهم اتاق ایران و انجمن هاشمی اردن در زمینه همکاریهای اقتصادی و داوری

***با همیاری هر دوطرف، مرکز بازرگانی منطقه‌ای ایران در امان بوجود خواهد آمد**

آقای معن ظبیان، رئیس اجرائی انجمن هاشمی برای همکاری اقتصادی بین‌المللی (الرابطه الهاشمیه للتعاون الاقتصادی الدولی) از کشور اردن، در شهریورماه امسال برای آشنائی با توانائیها و پیشرفتهای اقتصادی جمهوری اسلامی ایران به کشور ما سفرکرد. آقای ظبیان که به دعوت اتاق ایران و وزارت صنایع به ایران آمده بود، از نزدیک با نوع فعالیت و محصولات تعدادی از کارخانه‌ها وواحدهای تولیدی در شهرهای تهران، اصفهان و تبریز آشنا شد و در دردیدار خود با آقای مهندس خاموشی رئیس اتاق، امکانات صادرات صنعتی ایران را بعنوان زمینه بسیار مناسبی برای گسترش مناسبات اقتصادی ایران و اردن مورد تأکید قرار داد.

آقای ظبیان دیدارهائی نیز با آقای دکتر شمس اردکانی دبیرکل اتاق، آقای جهانبخش نورانی سرپرست امور حقوقی و داوری اتاق، و چند تن از مقامات وزارت صنایع ومدیران عامل واحدهای تولیدی و بازرگانی داشت.

در پایان سفر آقای ظبیان تفاهم نامه‌ای بین اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و انجمن هاشمی اردن به امضاء رسید که در بخشی‌هائی از آن آمده است:

" مراکز سازش و داوری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و انجمن هاشمی برای همکاری اقتصادی بین‌المللی، در زمینهٔ حل و فصل دوستانهٔ اختلافات تجاری، مبادلهٔ اطلاعات، و بهره‌گیری از خدمات داوری و کارشناسی یکدیگر به همکاری خواهند پرداخت.

هر دو طرف از ایجاد مرکز بازرگانی منطقه‌ای ایران در امان حمایت خواهند کرد. وظیفهٔ این مرکز بازرگانی، ترویج و توسعهٔ صادرات ایران وسایر زمینه‌های تجارت خارجی در خاورمیانه خواهد بود. اتاق ایران بمنظور تقویت صادرات فرآورده‌ها و خدمات ایرانی در ارتباط با انتخاب شرکتها و مؤسسات فعال و توانمند برای حضور در این مرکز مساعدت لازم را بعمل خواهد آورد. انجمن هاشمی نیز به ارائه تسهیلات لازم برای احداث و پیشرفت کار مرکز بازرگانی منطقه‌ای ایران کمک خواهد کرد."



شرح عکس :
آقای دکتر شمس اردکانی دبیرکل اتاق و آقای ظبیان رئیس اجرائی انجمن هاشمی تفاهم‌نامهٔ همکاری را امضاء نمودند.

قرارداد نیروگاه بوشهر باعث استحکام روابط تجاری ایران و روسیه خواهد شد



آقای الکسی وسکوبوی ALEXEI VOSKOLOI مشاور اجرائی اتحادیه صنعتگران و کارفرمایان روسیه روز بیست وششم شهریورماه سال جاری با آقای عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران دیدار کرد.

نایب رئیس اتاق ایران ضمن خوشامدگویی اظهار داشت پس از انقلاب شکوهمند اسلامی روابط ما مراحل ویژه‌ای را گذرانده است و در حال حاضر ایران و روسیه می توانند روابط دوجانبه را به حد مطلوب برسانند.

وی ضمن اشاره به روابط صمیمانه دو کشور گفت: ایران و روسیه می‌توانند بسیاری از نیازهای یکدیگر را در چهارچوب اینگونه روابط حل وفصل نمایند و من نیز به نمایندگی از طرف بخش خصوصی، اجرای قرارداد نیروگاه بوشهر را عاملی برای تحکیم روابط تجاری و بازرگانی بین دوکشور می‌دانم.

آقای عسگراولادی درخصوص توسعه مبادلات تجاری دو کشور، کمی مبادله اطلاعات بازرگانی را عامل مهمی تلقی نمودکه منجر به ناشناخته ماندن بازارهای دو کشور می‌گردد و خواستار تأسیس مرکز تجاری و تبادل اطلاعات شد.

وی به اعزام هیات صنعتی وبازرگانی از ایران به روسیه در آبان ماه اشاره نمود.

آقای وسکوبوی توسعه روابط تجاری – صنعتی و فرهنگی با جمهوری اسلامی ایران را ارزشمند تلقی نمود و اظهار داشت سطح مناسبات صنعتی و تجاری دو کشور به حد مطلوب نرسیده است و هدف ما سازمان دهی جهت گسترش مناسبات علمی و فنی و همکاری‌های دوجانبه می‌باشد.

وی قرارداد هسته‌ای نیروگاه بوشهر را حائز اهمیت دانست و عدم اطلاعات کافی بازرگانی را منافعی در راه توسعه روابط ایران و روسیه تلقی نمود و تشکیل شرکت مشترک خودکفا و بانک اطلاعاتی را ضروری دانست.

در پایان آقای مجیدی نماینده دفتر ریاست جمهوری اظهار داشت دولت و روسای اتحادیه صنعتی، براهمیت توسعه رابطه با روسیه واقف می‌باشند.

وی عدم امنیت تجارت را از طرف ایران یکی از مشکلات عدم توسعه روابط دو کشور دانست.

نایب رئیس اتاق تهران

صادرات پسته به ژاپن افزایش خواهد یافت



آقای اسدالله عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران روز سی ام شهریور ماه سال جاری با مسئول دفتر جترو(سازمان بازرگانی خارجی ژاپن) در تهران دیدار کرد.

نایب رئیس اتاق تهران ابتدا به برگزاری کنفرانس صادرات پسته در ژاپن اشاره نمود و گفت: کنفرانس مذکور در آینده‌ای نزدیک و با حضور جمعی از تجار و بازرگانان ایران تشکیل خواهد شد.

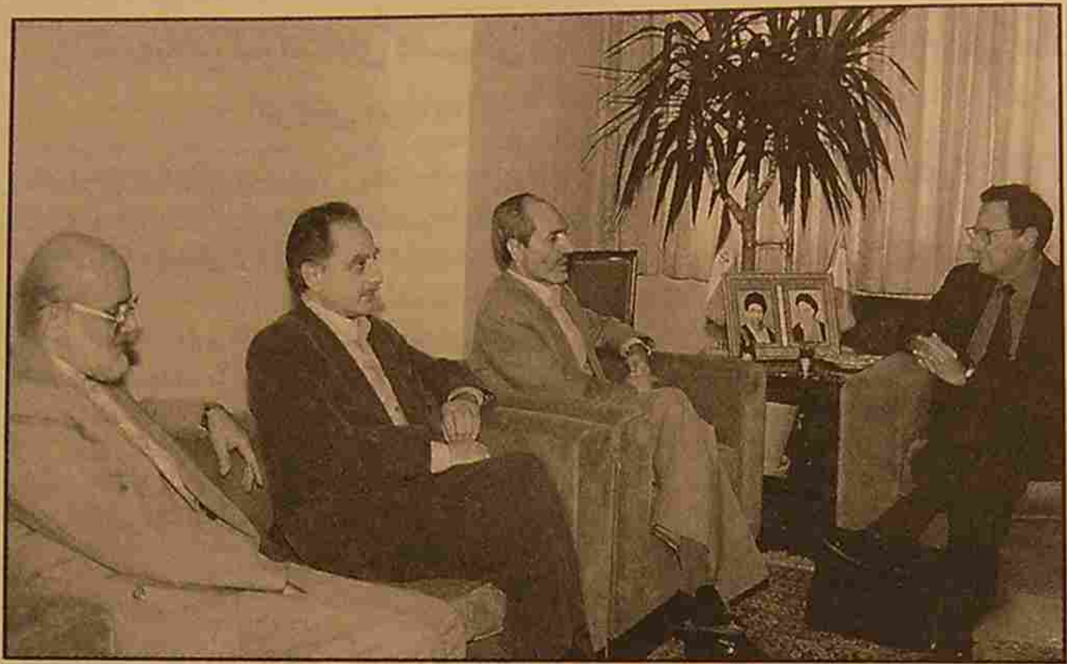
وی گفت : در حال حاضر میزان صادرات پسته به ژاپن ۸ هزار تن می‌باشد که سعی می‌شود این میزان در سال‌های آینده افزایش یابد.

آقای عسگراولادی در ادامه ضمن اشاره به قدمت روابط تجاری ایران و ژاپن گفت: دو کشور سعی در گسترش مبادلات تجاری خود دارند.

وی در پایان خواستار گسترش همکاری سازمان بازرگانی خارجی ژاپن (جترو) با اتاق شد.

در ادامه جلسه آقای ناکامورا ابتدا به تأسیس سازمان بازرگانی خارجی اشاره نمود، سپس هدف از تأسیس سازمان مذکور را صادرات کالاهای ژاپن به ایران بیان کرد و گفت: بازار پسته ایران در ژاپن به دلیل کیفیت و طعم بسیار عالی آن بسیار خوب می‌باشد.

بررسی راههای گسترش مناسبات بازرگانی ایران و کانادا



آقای جک اس.بیکرJack.s.Baker رئیس شورای بازرگانی ایران وکانادا روز پانزدهم (مهرماه سال جاری)باآقای میرمحمدصادقی نایب رئیس اتاق ایران دیدار وگفت وگوکرد.

نایب رئیس اتاق دراین دیدار:تشکیل جلسات متعدد اتاق مشترک را یکی از عوامل گسترش روابط تجاری - اقتصادی میان ایران وکانادا یادکرد ومتذکر شد باتوصیه‌ها وپیشنهادات مسئولین کشورمان،تحقق این هدف بسیارمؤثر وحائز اهمیت است.

وی گفت :ماسعی کرده‌ایم بابرنامه‌ریزی دقیق ومنسجم فعالیت اتاق مشترک را در توسعه روابطمان با کشور کانادا افزایش دهیم. ویکی از راههای گسترش این همکاری تاسیس شرکتهای تجاری مشترک با همکاری بازرگانان دوکشور است.

رئیس شورای بازرگانی ایران و کانادا نیز در این جلسه باابراز علاقه‌مندی به گسترش روابط بازرگانی میان دوکشور خواستارافزایش تبادل نظر میان مسئولان بازرگانی دو کشوروبرگزاری اجلاس کمیسیون مشترک ایران وکانادا شد.

وی همچنین پیشنهادکرد یک یادداشت تفاهم درزمینه توسعه مناسبات بازرگانی میان دوکشور به امضاء برسد.

در اجلاس جهانی خشکبار:

ایران از ژاپن برای بازدید از تأسیسات کنترل بهداشتی پسته دعوت بعمل آورد

بنابر دعوت سازمان جترو(دفتر بازرگانی ژاپن در تهران)آقای عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران روز سوم مهرماه سال جاری در اجلاس خشکبار ومیوه‌های درختی در ژاپن شرکت کرد.

دراین اجلاس مسائل مربوط به واردات میوه‌های درختی - مغزبادام - گردو- پسته - بادام هندی - ماکادامیا و فندق مطرح شد.دراین جلسات باحضورنمایندگان کشورهای چین - هندوستان - آمریکا- آفریقای جنوبی - ترکیه وایران حضور داشتند.

درارتباط با صادرات پسته ایران به ژاپن ودرباره شرایط وکیفیت حمل ونقل، بسته‌بندی - نحوه پرداخت وقیمت پسته صادراتی ایران به ژاپن و همچنین ضرورت توجه به مساله آلودگی پسته ایران به ماده سمی افلوتوکسین بحث وتبادل نظر به عمل آمد.

دربارهٔ افلوتوکسین آقای عسگراولادی پاسخ‌های لازم رابه اجلاس ارائه داد واز وزارت بهداشت وقرنطینه ژاپن درخواست کرد که نمایندگان آن سازمان ازایران وازمایشگاههای موسسه استانداردبازدید به عمل آورندونظرات خودرابرای رفع نارسایی‌های موجود ارائه دهند.آقای عسگراولادی همچنین یادآورشد که آمارهاحاکی از بهبود کیفیت پسته ایران وکم شدن وبه صفرنزدیک شدن میزان افلوتوکسین درپسته تولیدی ایران است.

در دیدار نایب رئیس اتاق تهران با نمایندگان شرکت کشتیرانی ندلویدلاین

با تسهیلات شرکت‌های کشتیرانی صادرات افزایش می‌یابد

آقای اسدالله عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران روز یکم مهرماه سال جاری با نمایندگان شرکت کشتیرانی ندلویدلاین دیدار کرد.

در این دیدار نایب رئیس اتاق تهران اظهار تمایل نمود که با آغاز فصل صادرات خطوط کشتیرانی‌های مختلف، با درک موقعیت ممتاز ایران، تسهیلات لازم را برای صادرات جمهوری اسلامی ایران قائل شوند.

همچنین در ادامه جلسه تسهیلات شرکت کشتیرانی ندلویدلاین برای صادرکنندگان و گسترش صادرات کشور مورد بررسی قرار گرفت.

۵۰ شرکت انگلیسی در نمایشگاه بین‌المللی تهران شرکت می‌کنند

آقای اسدالله عسگراولادی نایب رئیس اتاق تهران روز دوم مهرماه سال جاری با آقای هیلتون مشاور بازرگانی سفارت انگلیس در تهران، دیدار کرد.

در این جلسه آقای عسگراولادی به مسائل ارزی و روند صادرات فرش به انگلیس اشاره کرد.

مشاور بازرگانی سفارت انگلیس حضور فعال انگلیس را با ۵۰ شرکت در نمایشگاه بین‌المللی تهران یادآور شد.

در دیدار نایب رئیس اتاق تهران با مدیر خرید یک شرکت بازرگانی از روسیه

مبادلات تجاری ایران و روسیه مورد بررسی قرار گرفت

آقای پلخوف جنادی‌جی PLERHOV GENADIY G مدیر خرید شرکت بازرگانی رس کانترکت روز یکم مهرماه سال جاری با آقای عسگراولادی نایب رئیس اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن اتاق تهران دیدار کرد.

آقای جنادی جی در خصوص فعالیت شرکت کانترکت گفت: شرکت مذکور باتمام نقاط دنیا مبادلات بازرگانی و تجاری انجام میدهد و درخواست کرد لیست کالاهای موردنیاز ایران اعلام شود.

وی ضمن اشاره به امکانات شرکت خود اظهار داشت: خدمات بندری، ا سکله، سردخانه، امکانات تخلیه وبارگیری از جمله امکاناتی است که شبکه تجاری گسترده‌ای را برای مابوجود آورده است.

وی کالاهایی از جمله روغن‌نباتی و حیوانی، کره، برنج، گوشت گاو، محصولات شیمیایی، کنسانتره روی، گاز طبیعی و مصالح ساختمانی را کالاهای موردنیاز روسیه دانست و گفت: الوار- مقوا- ماشین‌آلات صنعتی از جمله کالاهایی است که می توانیم از روسیه صادر نمائیم.

آقای عسگر اولادی ضمن اشاره به معاملات تجاری ایران وروسیه گفت: موسسات مختلف روسیه بطور منظم برای خرید کالا پیشنهادات زیادی به ما می‌کنند که در این راستا آگاهی از کالاهای موردنیاز طرفین می تواند گام موثری تلقی شود.

در پایان در خصوص بدهی‌های دوکشور بحث و تبادل نظر شد.

در اتاق ایران مطرح شد

ایران ویونان خواهان گسترش روابط تجاری هستند



به‌منظور گسترش روابط تجاری ایران و یونان هیاتی بازرگانی به سرپرستی آقای ژیکاس استلیوس GHIKAS STELIOS مدیر عامل بخش بازرگانی اتاق یونان درهشتم مهرماه سال جاری با آقای مهندس سلیمی عضو هیات رئیسه اتاق ایران، دیدار و گفت‌گو کردند.

در این دیدار آقای مهندس سلیمی ضمن ابراز خرسندی از حضور هیات یونانی در اتاق ایران، اظهار داشت: امیدواریم این ملاقات‌ها در برقراری ارتباط گسترده‌تر و انجام مبادلات تجاری میان دوکشور سودمند باشد.

آقای مهندس سلیمی در ادامه سخنانش به برنامه‌های عمرانی کشور اشاره کرد و گفت یکی از برنامه‌های دولت در برنامهٔ پنج ساله دوم کشور، خصوصی‌سازی صنایع ایران است که امیدواریم با اجرای این برنامه، بازده وکارائی صنایع کشورمان به حد مطلوب برسد.

آقای مهندس سلیمی در بخشی دیگر از سخنانش به آمار و ارقام مربوط به صادرات و واردات میان ایران و یونان اشاره کرد و گفت صادرات یونان به ایران در طی سال‌های ۹۳-۱۹۹۰ از ۱۹ میلیون دلار به ۱۳ میلیون دلار تقلیل یافته است.

حال آن‌که صادرات ایران به یونان که عمدتاً شامل نفت بوده طی همین مدت که از ۳۷۷ میلیون دلار به ۷۳۳ میلیون دلار افزایش یافته و صادرات کالاهای غیرنفتی ایران به یونان در سال ۱۹۹۳ پنج میلیون و سیصد هزار دلار بوده است.

وی افزود: البته این آمار و ارقام برای کشور ما قانع کننده نیست زیرا اگر نفت را از صادرات کشورمان حذف کنیم صادرات ایران به یونان رقم قابل ملاحظه‌ای را در بر نمی‌گیرد خصوصاً اینکه اتاق بازرگانی ایران خواهان گسترش صادرات کالاهای غیرنفتی است که امید است باحضور فعال هیات‌های بازرگانی دو کشور این امر تحقق یابد و دراین رابطه اتاق ایران همواره درصدد رفع موانع و مشکلات موجود برسرراه مبادلات تجاری میان کشورها است.

در ادامه جلسه آقای ژیکاس سرپرست هیات مذکور اظهار داشت سفر به کشور ایران آغازی است برای گسترش روابط اقتصادی - تجاری دو کشور، زیرا این نخستین سفر یک هیات از اتاق بازرگانی یونان به کشور دوست، ایران است.

وی در بخش دیگری از سخنان خود زمینه‌های همکاری اقتصادی میان ایران و یونان را بسیار مساعد توصیف کرد و گفت با تجربهٔ کاری من در بخش بازرگانی اتاق یونان و همکاری با وابسته بازرگانی سفارت ایران در یونان اعتماد و برداشت بسیار مطلوبی از وضعیت اقتصادی ایران پیداکردم.

سرپرست هیات یونانی در پایان سخنانش خواستار گسترش روابط اتاق ایران ویونان با هدف توسعه مناسبات تجاری واقتصادی میان دو کشور شد.

دبیرکل اتاق تهران در دیدار با دبیراول امور اقتصادی، بازرگانی سفارت اسلواک:

تشکیل اتاق‌های بازرگانی وکمیته‌های مشترک از عوامل توسعه روابط تجاری ایران و اسلواک به‌شمار می‌رود

آقای ژولین زاتکو، دبیر اول امور اقتصادی وبازرگانی سفارت اسلواک در تهران به همراه هیاتی متشکل از نمایندگان وزارتخانه‌های اقتصادی، دارائی، حمل ونقل، بانک ملی و بزرگترین شرکت‌های اسلواک روزنهم مهرماه سال جاری با آقای متین دبیرکل اتاق تهران دیدار کردند.

آقای زاتکو امضای پروتکل سرمایه‌گذاری‌های مشترک ایران و اسلواک را یکی از عوامل گسترش روابط تجاری دوجانبه برشمرد واظهار داشت: هدف از این گردهمایی شناساندن محصولات متنوع اسلواک به بازرگانان ایرانی وگسترش مراودات تجاری میان دو کشور است.

آقای متین ضمن اشاره به قدمت روابط تجاری ایران و چکسلواکی اظهارداشت: تشکیل کمیته اقتصادی ایران و اسلواک اولین گام همکاری نزدیک دو کشور بود و امیدوارم در دوره استقلال دو کشورچک و اسلواک بتوانیم همکاری‌های گذشته را به نحو مطلوبی ادامه دهیم.

دبیرکل اتاق تهران یکی از خصوصیات برنامه عمرانی پنج ساله دوم ایران را واگذاری امکانات بیشتر به بخش خصوصی ذکر کرد و آن را فرصت مغتنمی دانست تا تجار اسلواک بتوانند به همکاریهای اقتصادی، تجاری و بازرگانی، همچنین سرمایه‌گذاری مشترک در صنایع متوسط را با ایران ادامه دهند.



آقای متین در پایان سخنان خود تبادل هیات‌های بازرگانی، تشکیل کمیته‌های مشترک و اتاق‌های بازرگانی مشترک را از عوامل موثر در توسعه روابط اقتصادی و بازرگانی دوکشور دانست.

معاون وزیر بازرگانی وصنعت کویت در دیدار با رئیس اتاق ایران:

تأسیس اتاق مشترک ایران وکویت می‌تواند نقش مهمی در توسعه مراودات تجاری دوکشور داشته باشد

آقای راشد عبدالله المجرن الرومی Rashic Abdula AL Mijrin AL Roomi معاون وزیر بازرگانی و صنعت کویت روز نهم مهرماه سال جاری با آقای مهندس علینقی خاموشی رئیس اتاق ایران دیدار و گفت‌وگو کرد.

رئیس اتاق ایران در این دیدار ضمن اشاره به ملاقات قبلی خود با سفیر کویت اظهار داشت: در آخرین ملاقاتی که با آقای سفیر داشتم ایشان برنامه‌های وسیعی برای اجرای برنامه‌های مبادلات تجاری با ایران پیشنهاد کرد.

آقای مهندس خاموشی در بخشی دیگری از سخنان خود به ملاقات‌های خود با تجار وبازرگانان ایرانی که مقیم کویت و هم‌چنین بازرگانان عضو اتاق بازرگانی کویت که علاقه‌مند به توسعه مبادلات بازرگانی میان دو کشور هستند اظهار داشت:

در شرایطی که ما توانسته‌ایم نزدیکترین همکاری را با کشورهای آمریکای لاتین برقرار کنیم، چرا با کویت که کشوری در همسایگی ماست چنین همکاری را نداشته باشیم.

رئیس اتاق ایران دربخش دیگری از سخنان خود به تشریح امکانات بالقوه موجود اقتصادی در ایران پرداخت و اظهار امیدواری کرد که دولت‌ها در جهت گسترش روابط تجاری با یکدیگر تلاش کنند.

معاون وزیر بازرگانی کویت در پاسخ به سخنان رئیس اتاق ایران متقابلاً ابراز امیدواری کرد که روابط ایران و کویت به ویژه در زمینه‌های اقتصادی و تجاری بیش از پیش گسترش یابد. معاون وزیر بازرگانی کویت تاکید کرد که اتاق بازرگانی دو کشور از جمله بهترین نهادهایی است که می توانند به این گسترش تحرک بخشند. وی با طرح پیشنهاد تأسیس اتاق مشترک ایران و کویت یادآور شد که اتاقهای مشترک بازرگانی می توانند براساس عرف تجارت از کلیه وسایل وامکاناتی که در رشد و توسعه بازرگانی میان دو کشور موثر است، استفاده کنند.

دیدار رئیس توسعه و برنامه‌ریزی صادرات دفتربازرگانی وصنعت انگلستان با رئیس و دبیرکل اتاق ایران

آقای دیویدهال DAVID HALL رئیس قسمت توسعه و برنامه‌ریزی صادرات دفتر بازرگانی وصنعت انگلستان روز یازدهم مهرماه سال جاری با آقایان مهندس علینقی خاموشی رئیس اتاق ایران دیدار و گفتگو کرد.

در این دیدار آقای مهندس خاموشی یکی از سیاستگذاریهای اقتصادی کشور را تثبیت نرخ ارز عنوان کرد و اظهار داشت: در حال حاضر قیمت دلار واقعی نیست و مابراساس قیمتهای واقعی می‌توانیم کالاهای بسیاری را صادر کنیم.

رئیس اتاق ایران در بخشی دیگری از سخنان خود به اقتصاد چند محصولی اشاره کرد و افزود: ما در زمینه‌های اقتصادی به پیشرفت‌های چشمگیری دست یافتیم از جمله صدور آهن، فولاد و لوازم یدکی.



مهندس خاموشی در پایان سخنانش یکی از راههای بازگرداندن سرمایه به ایران را حضور طرفهای ایرانی در مبادلات تجاری با کشورهای دیگر دانست.

در ادامه این دیدار آقای هال رئیس توسعه صادرات و صنعت انگلستان از سرمایه‌گذاری‌های خارجی در کشورش استقبال کرد و اظهار داشت: ما خواهان این هستیم که اختلاف نظرهای سیاسی وارد مسائل تجاری و اقتصادی کشورها نشود.

در دیدار معاون تجارت و صنایع مجارستان با رئیس اتاق ایران:

ایران ومجارستان خواهان گسترش مبادلات تجاری هستند



آقای مهندس سید علینقی خاموشی رئیس اتاق ایران (روز سیزدهم مهرماه سال جاری) با آقای استوان مایر Estevan Mayer معاون وزارت تجارت و صنایع مجارستان دیدار و گفتگو کرد.

در این دیدار که باحضور آقای دکتر شمس اردکانی دبیرکل و آقای دکتر بهکیش مشاور عالی اتاق ایران انجام گرفت. آقای مهندس خاموشی به توان بالای تجاری ایران در سال‌های اخیر اشاره کرد و گفت: خوشبختانه پتانسل تجاری. اقتصادی ایران در سال‌های اخیر مطلوب بوده و برای بالابردن این توان تصمیم داریم از ورود کالای قاچاق به کشور جلوگیری کنیم رئیس اتاق ایران در ادامه اظهار داشت: ما سرمایه‌گذاری وسیعی در زمینه کالاهای غیرنفتی انجام داده‌ایم . برای مثال، پیش از این سالانه ۳ تا ۴ میلیون تن فولاد وارد می‌کردیم ولی اکنون صادرکننده این کالا هستیم همچنین در زمینه تولید آلومینیوم و پتروشیمی موفقیت‌های چشمگیری کسب کرده‌ایم.

آقای مهندس خاموشی در بخشی دیگر از سخنان خود به موقعیت بخش خصوصی کشوراشاره کرد وگفت: سهم بخش خصوصی در فعالیت‌های اقتصادی کشور روبه افزایش است و اکثر صنایع بخش دولتی به سمت خصوصی شدن گام برمی‌دارند.

در ادامه جلسه آقای استوان مایر به قراردادهای بازرگانی میان ایران ومجارستان اشاره کرد وگفت: سطح قراردادهای بازرگانی میان دوکشور محدود است و برای گسترش سطح مبادلات تجاری بین دوکشور باید تلاش‌های فراوان انجام شود.

وی همچنین به برگزاری نمایشگاه تجاری ایران در مجارستان اشاره کرد و افزود: سال گذشته نمایشگاه مذکور از کیفیت بالائی برخوردار بود و معتقدم برای حمایت از بازرگانان ایرانی یک دفتر نمایندگی تجاری در مجارستان ایجاد شود.

رئیس اتاق ایران در دیدار با وزیر اقتصاد وبازرگانی لبنان:

به کارگیری امکانات بالقوه ایران در امور خدماتی و عمرانی لبنان می‌تواند روابط دو کشور راگسترش دهد.

آقای یاسین جابر YASSINE JABER وزیر اقتصاد وبازرگانی لبنان یازدهم مهرماه سال جاری با آقایان مهندس علینقی خاموشی رئیس اتاق بازرگانی و صنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران دیدار وگفتگوکرد.

آقای مهندس خاموشی از این دیدار به عنوان فرصت مناسبی جهت گسترش روابط اقتصادی ایران و لبنان یاد کردو بسط و توسعه روابط دوکشور را در گرو تبادل هیات‌های تجاری درکلیه زمینه‌ها دانست، وخواستار شد تا لبنان اطلاعات لازم را در این باره در اختیار اتاق ایران قرار دهد.

رئیس اتاق ایران در ادامه سخنانش بکارگیری امکانات وتوانمندیهای بالقوه ایران را در امور عمرانی و خدماتی لبنان حائز اهمیت دانست و افزود: درحال حاضر امکانات خدماتی کشور ما نسبت به کشورهای همجوار لبنان از قدرت رقابت زیادی برخوردار است که استفاده بهینه از چنین امکاناتی می‌تواند در گسترش و رونق روابط تجاری فی‌مابین موثر واقع شود.

آقای مهندس خاموشی در بخش دیگری از سخنانش از هیات بازرگانی لبنان جهت ارزیابی امکانات ایران دعوت به‌عمل آورد و پیشنهاد کرد ساختار نمایشگاههای فروش لبنان در ایران به نمایشگاههای تجاری تبدیل شود تا بخشی خصوصی نیز مشارکت بیشتری در آنها داشته باشد.

در ادامه این دیدار آقای یاسین جابر وزیر اقتصاد و بازرگانی لبنان ضمن ابراز خرسندی از دیدار خود با آقای مهندس خاموشی اظهار داشت: این دیدار ما را نسبت به روابط آینده دو کشور به ویژه در توسعه روابط بخش خصوصی امیدوار می‌کند وی ابراز تمایل کرد، تا با تبادل نظرهای مستمر زمینه مساعدتری برای رفع موانع از سد راه مبادلات تجاری میان دو کشور فراهم شود.

وزیر اقتصاد و بازرگانی لبنان در ادامه سخنانش به پیشرفت صنایع ایران، به ویژه تولید ماشین‌آلات صنعتی اشاره کرد و نقش اتاق بازرگانی ایران را در زمینه توسعه و گسترش همکاریهای اقتصادی و بازرگانی ایران و لبنان موردستایش قرار داد.



وزیر بازرگانی لبنان اظهار داشت: کشورما از زمینه‌های اقتصادی مناسبی برخوردار است و می‌توان با دایرکردن نمایندگیهای صنعتی و بازرگانی درخاورنزدیک و کشورهای آسیایی از لبنان به‌عنوان دروازه و پل ارتباطی استفاده کرد.

وزیر بازرگانی لبنان در پایان فهرستی از نیازمندیهای عمرانی کشورش راکه انجام آنها به مشارکت و سرمایه‌گذاری خارجی نیاز دارد برشمرد.

دیدار دبیرکل اتاق ایران با مدیر اتاق بازرگانی و صنعت بنگلادش:

در آستانه سفر هیأت بلندپایه ایرانی به بنگلادش آقای محمدیونس Mohammad Younus مدیر اتاق بازرگانی و صنعت داکا و معاون بانک اسلامی بنگلادش در یازدهم مهرماه ۷۴ با آقای دکتر شمس اردکانی دبیرکل اتاق بازرگانی و صنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران و جمعی از بازرگانان و صاحبان صنایع ایران دیدار و گفتگو کرد.

دبیرکل اتاق ایران هدف از این دیدار را بحث و گفت‌وگو در باره گسترش بیشتر روابط تجاری و بازرگانی ایران و بنگلادش خصوصاً در زمینه سرمایه‌گذاری‌های مشترک عنوان کرد واظهار داشت: برقرار کردن روابط بازرگانی میان ایران و بنگلادش به سود منافع دو کشور خواهد بود.

رئیس اتاق ایران در اجلاس هیات نمایندگان اتاق :

در زمینه تولید فولاد مابه یک تولیدکننده مطرح در سطح جهان مبدل شده‌ایم



سومین جلسه هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران روز بیست و هشتم شهریورماه سال جاری به ریاست آقای مهندس خاموشی رئیس اتاق تشکیل شد.

در این گردهمایی مسائل اقتصادی روز کشور، طرح آئین‌نامه انضباطی اعضا اتاق، بودجه شش‌ماهه دوم اتاق و مسائل مرتبط با عملکرد اتاق مورد بحث و بررسی قرارگرفت.

رئیس اتاق ایران در سخنان خود ضمن اشاره به پیشرفتها ودستاوردهای اقتصادی کشور اظهار داشت: باوجود تنگناها و فشارهایی که برما وارد می‌شود، هر روز شاهد رشد و شکوفایی اقتصاد کشور هستیم، به ویژه در طول برنامه پنج ساله اول پیشرفتهای اقتصادی فوق‌العاده‌ای نصیب کشور شده است.

آقای مهندس خاموشی در بخش دیگری از سخنان خود، دستاوردهای بزرگ کشور در زمینه مخابرات، بهداشت و درمان، تولید فولاد و پتروشیمی را متذکر شد و افزود ما امروز به جرگه کشورهای تولیدکننده فولاد جهان وارد شده‌ایم و کشورهای اروپائی از بیم قدرت تولید فولاد ما با وضع تعرفه در مقابل آن به مانع تراشی می‌پردازند و درزمینه پتروشیمی هم دیگر نیازی به دانش فنی خارجی نداریم.

وی در ادامه سخنان خود به فعالیتهای شورایعالی نظارت اشاره کرد واظهار داشت: طبق قانون جدید اتاق، شورایعالی نظارت فعالیت خود را آغاز کرده است و از جمله وظایف این شورا تصویب آئین‌نامه‌های اجرایی اتاق است که پس از تدوین و بررسی هیات رئیسه به تصویب هیات نمایندگان و شورایعالی نظارت می‌رسد.

رئیس اتاق ایران در خاتمه سخنان خود آئین‌نامه شورایعالی نظارت و نحوه عضویت در اتاقهای بازرگانی و صنایع ومعادن ایران را مورد بحث و بررسی قرار داد.

در ادامه اجلاس دبیرکل اتاق ایران در باره منابع درآمد وبودجه اتاق گزارشی ارائه داد و در زمینه بودجه سال ۷۳ اظهار داشت: رقم بودجه مذکور ۲ میلیارد و ۳۶۷ میلیون و ۷۹۱ هزار و ۱۴۹ ریال بوده و در سال ۷۴ این رقم به ۵ میلیارد و ۲۶۵ میلیون و ۳۰ هزار ریال رسید، همچنین در سال ۷۳ جمع درآمدهای ناخالص اتاق معادل ۳ میلیارد و ۴۶۰ میلیون و ۵۰۱ هزار و ۸۰۱ ریال و در سال ۷۴، ۷ میلیارد و ۷۹۵ میلیون و ۶۳۳ هزار ریال پیش‌بینی شده است ودرآمد مذکور معادل ۱۲۵ درصد افزایش را نشان میدهد.

سپس اعضا حاضر در اجلاس نظرات خود را در باره بودجه اتاق وهمچنین آئین‌نامه انضباطی عضویت در اتاق بیان کردند، شایان ذکر است که این آئین‌نامه با درنظرگرفتن کلیه جنبه‌های حقوقی و باهدف دفاع از شئونات جامعه بازرگانان و اعضا اتاق ایران تنظیم شده و بعد از تصویب هیات عالی نظارت اتاق به مرحله اجراگذاشته خواهد شد.

در ادامه اجلاس معاون تحقیق و تکنولوژی سازمان پژوهشها هدف عمده سازمان مذکور را ارتقاء تکنولوژی به‌شمرد و اظهار داشت: ما بعداز چندین سال تلاش کلیه حرکتهای خودمان را حول دومحور ایجاد تکنولوژی و توسعه تکنولوژی در کشور از طریق اجرای طرحهای تحقیقاتی کاربردی و نیمه صنعتی متمرکز کردیم.

وی خواستار همکاری بیشتر بازرگانان و تجار در فعالیتهای اقتصادی و بازرگانی شد و اظهار داشت: ما آمادگی و توانایی برآورده کردن نیازهای اتاق را داریم و در زمینه سرمایه گذاری مشترک اعلام آمادگی کرد.

اولین مجمع عمومی شرکت آسیای آرام تشکیل شد

اولین مجمع عمومی شرکت آسیای آرام روز دوم مهرماه سال جاری به ریاست آقای دکتر شمس اردکانی دبیرکل اتاق بازرگانی و صنایع ومعادن جمهوری اسلامی ایران تشکیل شد.

دبیرکل هدف ازتشکیل شرکت آسیای آرام را بوجود آوردن حرکتهای جمعی و انباشت سرمایه جهت نیل به رشد و توسعه اقتصادی تلقی کرد و گفت: سیاست اتاق اینست که مجموعه‌هایی را برای کار در قسمت‌های مختلف جغرافیایی تأسیس کند و شرکت سهام نیز از جمله شرکت‌هایی است که با آسیای مرکزی فعالیت تجاری خواهد داشت.

وی ضمن اشاره به شکل شرکت بصورت کنسرسیوم اظهار داشت: هدف

منطقه‌ای ما کشورهای حوزه آسیای آرام به‌ویژه مالزی، اندونزی، سنگاپور، برونئی، تایلند، تایوان، کره و ژاپن است.

در ادامه این جلسه دکتر شمس اردکانی فعال‌تر کردن تجارت سنتی را جهت دستیابی به اهداف و صادرات غیرسنتی مهم تلقی نموده و توسعه روابط اقتصادی با منطقه مذکور را عاملی در جهت بکارگیری مزیت‌های نسبی نهفته در اقتصاد کشورمان دانست.

وی همچنین طبق اساسنامه شرکت آسیای آرام، موضوع شرکت را صادرات و واردات کلیه کالاها وارائه خدمات مجاز، اخذ و اعطای نمایندگیهای مجاز داخلی و خارجی، تاسیس، بهره‌برداری، خرید و فروش واحدهای صنعتی - کشاورزی - مالی و خدماتی، سرمایه گذاری در پروژه‌های مختلف با مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی، ارائه خدمات مشاوره‌ای و خرید و فروش اوراق بهادار دانست.

در پایان دکترشمس اردکانی به اعزام هیات‌های بازرگانی و صنعتی در معیت مقام ریاست جمهوری به کشورهای فیلیپین، بنگلادش و ویتنام اشاره کرد و گفت: سه هیات به کشورهای مذکور گسیل خواهند شد که یکی از آنها از اعضای موسسین شرکت آسیای آرام خواهد بود. □



انتصاب مدیرکل اجرایی اتاق ایران

از سوی آقای مهندس سیدعلی‌نقی‌سید خاموشی آقای رضا اصفهانی‌ها به سمت مدیرکل امور اجرایی اتاق ایران منصوب و مشغول به کارشد . در مراسم معارفه‌ای که به‌همین‌منظور باحضور دبیرکل و جمعی از مدیران اتاق بازرگانی در محل اتاق برپا شده بود آقای میرمحمد صادقی نایب رئیس اتاق ایران ضمن قدردانی از خدمات آقای مهندس بصیری معاون اجرایی سابق اتاق و بیان شمه‌ای از سوابق و خدمات گذشته آقای اصفهانی‌ها در عرصه‌های مختلف، ابراز امیدواری کرد که وی در سمت جدید با بهره‌گیری از تجارب گذشته خود بتوانند به تحقق اهداف اتاق ایران و ایجاد هماهنگی‌های لازم میان ارکان مختلف اتاق کمک کند.

نایب رئیس اتاق ایران با برشمردن جایگاه اتاق در اقتصاد و تجارت کشور متذکر شد که جامعه بازرگانان، دولتمردان و مسوولان نظام انتظارات روزافزون از اتاق ایران دارند و اتاق ایران باید بتواند پاسخگوی این انتظارات باشد زیرا در



شرایط کنونی همه به اتاق توجه دارند و اتاق وظیفه دارد مسوولیت‌هایی را که برعهده دارد به وجه احسن به انجام رساند. □

در اتاق ساری اعضا کمیته‌های کشاورزی - صنعت و معدن انتخاب شدند

پنجمین جلسه هیات نمایندگان اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ساری روز شانزدهم شهریورماه سال جاری به ریاست آقای مهندس ولی‌پور رئیس اتاق تشکیل شد.

ابتدا آقای حاج موسی وفائیان عضو هیات نمایندگان اتاق پیشنهاد نمود شرکت یا اتحادیه صادرکنندگان مرکبات زیرنظر اتاق تشکیل گردد و موضوع تشکیل شرکت صادرات مرکبات به شرح زیر تصویب گردید:

به منظور حمایت از باغداران وکمک در امر صادرات مرکبات بخصوص در زمینه توسعه ارز مقرر گردید شرکتی جهت صادرات مرکبات تشکیل شود تا از اتحادیه صادرکنندگان ضمن هماهنگی با اداره کل بازرگانی استان حمایت مستقیم به‌عمل آورد.

در این جلسه کمیته‌های کشاورزی - صنعت - معدن - بازرگانی و نمایشگاهها تشکیل واعضا به شرح زیر انتخاب شدند:

۱- کمیته بازرگانی آقایان : حاج موسی وفائیان رئیس، حاج ابوالقاسم فغانی، حاج باقر خوش تراش، کیالاکدشتی، فتح‌الله نیستانی.

۲- کمیته دارایی و بیمه آقایان: حاج موسی وفائیان رئیس، مهندس معماریان، حاج احمد اصغری، ابراهیمی‌نژاد.

۳- کمیته محصولات کشاورزی آقایان: کیالاکدشتی رئیس، حاج احمد اصغری، مهندس علیپور

۴- کمیته بخش صنعت آقایان : مهندس نوروزیان، مهندس اسدمنصف، مهندس معماریان، مهندس ناظری، حاج علی‌اکبرعلیپور

۵- کمیته بخش معدن آقایان: مهندس علیپور رئیس، مهندس اسد منصف، حاج فتح الله نیستانی.

۶- کمیته نمایشگاهها آقایان : حیدر صفری رئیس ، حاج ابوالقاسم فغانی، حاج احمد اصغری، ابراهیم نژاد، اکبری گرجی.

در پایان تصمیم گرفته شد اتاق دفاتری به‌منظور حل مشکلات بازرگانان و حمایت در امر صادرات درکشورهای

ترکمنستان، قزاقستان و روسیه دایر نماید و نمایندگان اتاق در این دفاتر انجام وظیفه نمایند.

همچنین در دومین جلسه هیات نمایندگان اتاق ساری طبق ماده ۱۸ قانون اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران آقای حاج احمد اصغری با اکثریت آراء هیات رئیسه و نمایندگان بعنوان دبیر اجرائی انتخاب شد.

در اتاق اصفهان :

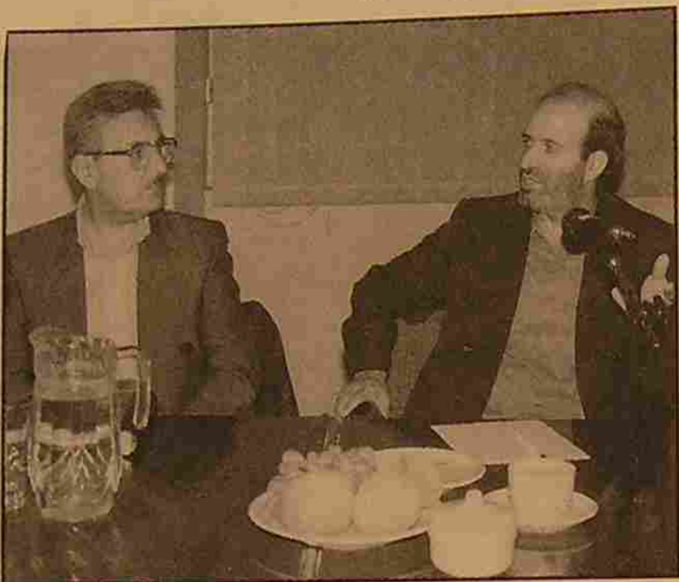
زمینه صادرات کالاهای ایرانی به خارج از کشور مورد بررسی قرار گرفت

ششمین جلسه هیات نمایندگان اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن اصفهان روز بیست و نهم مردادماه سال جاری به ریاست آقای منوچهر بزرگی رئیس اتاق تشکیل شد.

در این جلسه آقای نوری مدیر عامل شرکت نمایشگاههای اصفهان در باره ایجاد نمایشگاه بین‌المللی اصفهان گزارش کاملی ارائه داد و وظیفه شرکت نمایشگاههای اصفهان را بازاریابی و شناساندن کالاهای ایرانی به خارجیان متذکر شد.

وی در ادامه سخنان خود در خصوص ایجاد زمینه برای صادرات کالاهای ایرانی به خارج از کشور توضیحات لازم را ارائه داد و در رابطه بانمایشگاههای برگزار شده در آسیای میانه ومسائل و مشکلات و همچنین زمینه‌های مساعد سئوالاتی را برای حاضران مطرح کرد که توسط آقای نوری پاسخ داده شد.

در پایان جلسه سرپرست اداره کل بازرگانی استان اصفهان مطالبی را بصورت خلاصه در مورد سیاستهای دولت، قیمت‌گذاری تولیدات صنعتی و مسئله ارز و تخصیص آن به واحدهای صنعتی ارائه نمود.



با حضور معاونت مالیاتی اداره کل دارائی :

در اتاق اصفهان مسائل و مشکلات مالیاتی مطرح گردید.

هفتمین جلسه هیات نمایندگان اتاق اصفهان روز بیستم شهریورماه سال جاری به ریاست آقای مهندس بزرگی رئیس اتاق مذکور تشکیل شد.

آقای مهندس بزرگی ابتدا ضرورت تجدیدنظر و بازنگری در مسئولیت نمایندگان اتاق در کمیسیونهای حل اختلاف دارائی را ذکر نمود و گفت: با توجه به تحولاتی که اخیراً در آرایش این کمیسیونها در دارائی بوجود آمده و تسهیلاتی که برای سرعت و دقت عمل بوجود آمده بایستی نمایندگان اتاق نیز هماهنگی لازم را فراهم نمایند و به منزله یک داور در این کمیسیون‌ها شرکت کند.

در ادامه جلسه آقای حجازی معاونت مالیاتی اداره کل دارائی پس از تشریح تحولات اخیر در کمیسیونها، به سئوالات حاضرین پاسخ گفت و شرط توجه بیشتر دارائی به دعاوی مودیان مالیاتی را صحت عمل آنها – نداشتن دفاتر متعدد و نوشتن مرتب دفاتر پلمپ شده اعلام کرد.

کمیتهٔ ایرانی اتاق بازرگانی بین المللی

IRANIAN NATIONAL COMMITTEE
INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE

INC
ICC

خصوصی سازی راهی به سوی تکامل صنعت بیمه

قسمت (۴)

در شماره قبل ضمن تاکید براهمیت خصوصی سازی به تفاوت‌های بارز و آشکار بین این دونظام، یعنی نظام انحصار دولتی بانظام بخش خصوصی اشاره کرده بطور خلاصه به طرق دستیابی به اهداف وشیوه‌های استفاده بهینه از منابع مالی وفنی وتخصصی را در دوشیوه متفاوت مدیریتی بررسی کردیم.

اینک بهتراست به مزایاومحسنات شرکتهای بیمهٔ بخش خصوصی آشنا شده وآنها رادرکنارهم قرارداده و از مجموعهٔ آنها تصویر روشنی بعنوان خصوصیات یک شرکت بیمهٔ مطلوب بدست دهیم شاید این گونه الگوها درآینده کمک به تأسیس شرکتهای‌بیمه‌دربخش خصوصی بنماید. برای ارائه تصویر روشن از خصوصیات‌یک‌شرکت‌بیمهٔ مطلوب باید به عواملی ماندساختارو سرمایه توجه کرد که بطور خلاصه به بحث دربارهٔ آنها خواهیم پرداخت.

بخش الف:ساختار

شرکتهای بیمه برای ایفاء نقش خوددربازاربیمه باموضوعات و مسائل مختلفی روبرو می‌باشند برخی از این عوامل دراختیار وکنترل شرکت بیمه می‌باشد که به آن "عوامل کنترل پذیر" می‌گویند وبطورطبیعی برخی از موضوعات ومسائل خارج از کنترل یک مؤسسه بیمه می‌باشد که به آنها عوامل غیرقابل کنترل ویا "عوامل کنترل ناپذیر" می‌گوئیم.

شرکتهای بیمه درسیرتحول صدسالهٔ اخیرخوددر کشورهای اروپائی چهارمرحله را تجربه نمودند که انتقال از هرمرحله به مرحلهٔ دیگرموجب رشد وتوسعهٔ فعالیت آنها شده است،درحالیکه سابقهٔ تاریخی درکشورماحداکثر به حدود۶۰سال قبل باز می‌گردد.

اولین مرحله رابااصطلاح مرحلهٔ کالاگرائی نامیدند.دراین مرحله مؤسسات بیمه بدون توجه به نیاز بازار،شرایط قراردادهای بیمهٔ خود را تهیه می‌نمودند و درصورت مراجعهٔ بیمه گذاران دراین حدودحاضر به انعقاد قرارداد بودند.

نواقص دراین مرحله بتدریج ظاهر شد ومؤسسات بیمه آگاه شدند که فقط به لطف اجبار می‌توانند "آنچه خود مایلند" بفروشند وباازبین رفتن انحصارات ویاقوانین محدودکننده که خرید یک نوع خاصی از بیمه رااجباری نموده بود وباآگاه شدن جامعه وعلی‌الخصوص قانونگذاران وازبین رفتن اینگونه امتیازات غیرمعقول واقتصادی می‌بایست راه حل دیگری را برگزینند وبدین ترتیب بود که به مرحله دوم وارد شدند.

مرحلهٔ دوم درواقع مرحلهٔ "فروش گرائی" است. دراین مرحله مؤسسات بیمه بابکارگیری نیروی فروش،یعنی فروشندگان قابلی که باکلام وایجادحسن رابطه باافراد جامعه قادر بودند کالای تولیدشدهٔ مرحلهٔ اول را(یعنی بیمه نامه) رابفروش برسانند. طبیعی می‌نمود که این مرحله نمی‌توانست مدت زیادی به درازا بکشد،زیرا جامعه از بی‌فایده بودن خدمتی که بنام پوشش بیمه خریداری نموده بودندپس ازمدتی آگاه شدند وعرضه بیمه درجامعه مجدداً بارکود وکاستی روبرو شد.

مرحله سوم رابابد پدید آمدن تحول واقعی دربیمه دانست.دراین مرحله مؤسسات بیمه با علم "بازاریابی" وکاربردآن آشناشدند ومتوجه‌اهمیت تحقیقات وپژوهشهائی که بایددرجهت شناخت نیازهای بیمه‌ای جامعه بکاررود شدند.فارغ‌التحصیلان دانشگاهها دررشته‌های مختلف اقتصادی، بازرگانی بخدمت‌گرفته شدند و عصرجدید وطلائی برای بیمه آغاز شد. دراین مرحله که بدان "مشتری‌گرائی" می‌گویند، بیمه گران پس ازآگاهی ازنیازجامعه کالاهای خودراتهیه وبه جامعه عرضه می‌کردند. چنین تحولی بااستقبال فراوان روبرو شد وبنظر میرسد یکی از خصوصیات بارز مؤسسات بیمه در دهه‌های اخیر خصلت "مشتری‌گرائی" آنان باشد.

اخیراً این مرحله سیر تکاملی خودرانیزطی نموده ووارد مرحلهٔ چهارم که بدان مرحلهٔ "بازارگرائی" می‌گویند شده است . دراین مرحله مؤسسات بیمه بابکارگیری گستردهٔ تحقیقات به شناخت راه‌حلهای اساسی در حیطهٔ موضوعات ریسک‌پذیر پرداخته‌اند زیرا افراد جامعه خود به تنهائی قادر به کشف آن نیستند وبیمه‌گران با ارائه کالاهای جدیدخود با نرخهای مناسب راه حل مناسب مقابله بااین مشکلات رابه جامعه پیشنهاد می‌نمایند.

به جهت خلاصه کردن این مطالب لازم است که مجدداً به دوعامل کنترل پذیر وغیرقابل کنترل توجه نمائیم.

عوامل کنترل پذیر در یک مؤسسهٔ بیمه (باتوجه به محدودیت منابع) عبارتند از:

- منابع انسانی ،مالی وتکنولوژی
- اهداف

- ساختار
- عوامل غیرقابل کنترل دریک شرکت بیمهٔ مطلوب عبارتند از:
- عادات،سنن ،رفتار وبطورخلاصه "فرهنگ جامعه"
- منابع طبیعی
- دولت وقانونگذار
- رقبا،سیاست‌های اقتصادکلان کشور

چگونگی برخورد یک شرکت بیمهٔ مطلوب باعامل دوم بستگی کامل به بستر اقتصادی دارد که دولت برای توسعهٔ فعالیت بیمه فراهم نموده است .

بخش دوم - سرمایه:

- برای حجم عملیاتی که می‌خواهند انجام دهد کافی باشد.
- توزیع مالکیت،که تصمیم‌گیری فردی را محدود نماید.
- سرمایه گذار آگاه به بازده بلندمدت سرمایه‌گذاری باشد.
- سرمایه گذاری بایددرحدی صورت پذیرد که تارسیدن به مرحلهٔ سودآوری ویاامکان برداشت سهامداران نیاز به افزایش سرمایه نباشد.

ب - مدیریت:

مؤسسین باید از بین افراد شناخته شده باسابقه فعالیت درامور بازرگانی وتجاری وترجیحاً دربخش خدمات باشند.

مدیران باید صلاحیت‌های اداره ورهبری مؤسسه رابه اتکاء دانش تخصصی وتجربیات شناخته شده داشته باشند.

برنامه ریزی باید بنحوی صورت پذیرد که:

- ازمنابع اطلاعاتی حوزهٔفعالیت برداشت وتجزیه وتحلیل درستی بعمل آیدبطوریکه اهداف کوتاه مدت،میان مدت وبلندمدت باشفافیت کامل تعیین شود.
- برنامه‌های استراتژی ،عملیاتی وتاکتیکی درهرمرحله از قبل بررسی ومعین شود.

هرم سازمانی بایدبنحوی طراحی شودکه :

- خط مشی کلی شرکت باتعیین سیاست‌های بازرگانی در بالاترین سطوح شرکت (مجمع عمومی، هیأت مدیره) تعیین گردد.

درسطح استراتژیک :اهداف بصورت کمی تدوین شود ودرسطح عملیاتی پاسخهای لازم به سؤالات زیر داده شود.

- چه موضوعی باید انجام گردد.
- توسط چه کسی ویاکسانی انجام شود.
- درکجا باید چنین کاری صورت پذیرد.
- درچه زمانی وباچه زمان‌بندی انجام شود.

و درنهایت بصورت تکنیکی جواب "چطورها"داده شود و انواع تولیدات وفرآورده‌های شرکت باتوجه به راهبردهای یادشدهٔ فوق شکل گیرد بطوریکه:

- در ادارهٔ شرکت از تکنولوژی سازگار باامکانات کشورونیروهای کارآمد استفاده شودوباگستره فعالیت شرکت نیاز به بازسازی مجدد سازمان بطورکامل نباشد.

درایجاد بخش فروش (توزیع)از:

- شبکه های موجود غیربیمه‌ای استفاده شود.
- شبکه‌های جدید رافعال نماید.

کلیه فعالیتها باید جهت دارباشد وسلسله مراتب مدیریت صرفاً به منظور ایجاد رابطهٔ صحیح بین خط مشی وفعالیت شکل یابد. آنچه دارای اهمیت فراوانی است کنترل درتمام مراحل است زیراعامل کنترل از به خطارفتن ویاکندشدن فعالیت شرکت جلوگیری بعمل می‌آورد وآسیب پذیری کل سیستم رابه حداقل ممکن می‌رساند.

نتیجه گیری وجمعبندی :

باتوجه به مطالب عنوان شده بنظرمیرسددولت درسیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی خودنقش بخش خصوصی رابدرستی تشخیص داده است ودرجهت ایجاد شرایط لازم برای فعالیت این بخش می‌باشد.

درموردفعالیت بخش خصوصی دربیمه این امر باید باملاحظات خاصی صورت پذیرد بطوریکه جنبه‌های مثبت وکاربردی بخش خصوصی بانظارت دولت شکوفاوازجنبه‌های زیان آور آن جلوگیری شود. آنچه سایرکشورها تجربه کرده‌اند این واقعیت روشن است که باداخالت بخش خصوصی وفعال شدن آن دربازار زمینه فروش وواگذاری شرکت های بیمهٔ دولتی به بخش خصوصی فراهم خواهد گردید. البته برای پیاده کردن این شیوه باید قوانین نظارتی بطور کامل اجرا گردد تاازتعارض وعدم هماهنگی بین بخش دولتی وخصوصی که‌احتمالاً درجهت بیرون راندن رقباء جدید از بازار پدید خواهد آمد جلوگیری شود. روند فعالیت وپویایی شرکتهای بیمه دربخش خصوصی به همراه توان افزایش کارائی وبهره‌وری باعث خواهدگردید که دولت به اهداف اقتصادکلان خود دست یابد.

بیمه دراغلب کشورهای درحال توسعه ودرممالکی که هنوز درقید وبند انحصار دولت قرار دارد به دلیل،فقدان انگیزه برای کار وفعالیت بیشتر،فقدان نظام نظارت صحیح ودقیق به دلیل این که مدیران منصوب ازجانب دولت مرتباً درحال تغییرهستند،عدم نوآوری درعرضهٔ تولیدات متنوع مبتنی برنیازهای بازار کارائی خود را ازدست داده است.

اگر نگاهی به نظام بیمه‌ای کشورهای بلوک شرق چه قبل از فروپاشی وچه بعدازآن بیفکنیم به بعد فاجعه پی‌خواهیم برد زیرا دراین کشورها عقب‌ماندگی درکلیهٔ سطوح آن اعم از تولید ودانش فنی وشیوه‌های مدیریتی وجوددارد.

از:هادی دستباز

بحران در حمل و نقل دریایی بین‌المللی

پیرو مقاله تحت عنوان " حمل و نقل دریایی در پایان قرن - بهم ریختگی و تنوع " نوشته هانس جی پیتر از بانک جهانی که توسط آقای هادی دستباز ترجمه و در شماره تیرماه هفته نامه اتاق بازرگانی به چاپ رسید ، اینک ترجمه مقاله دیگری از این نویسنده تحت عنوان "بحران در حمل و نقل دریایی بین‌المللی " ارائه میشودکه نظر به طولاتی بودن آن به شرح ذیل در این شماره ، شماره های آتی نامه اتاق بازرگانی به چاپ خواهند رسید :

- حمل و نقل دریایی بین‌المللی در حال حاضر
- توسعه تجارت دریایی بین‌المللی در دهه گذشته و چگونگی هماهنگی ناوگان دریایی با آن .
- مسایل مهم در صنعت حمل و نقل دریایی بین‌المللی .
- چگونگی رفع کمبود ناوگان دریایی بین‌المللی،مسئله تأمین مالی آن
- بحران موجود در حمل و نقل دریایی بین‌المللی و نحوه برخورد با آن

حمل ونقل دریایی بین‌المللی در حال حاضر

در طول سال ۱۹۹۳ ناوگان دریایی بین‌المللی دارای ظرفیت موجود معادل ۶۵۷ میلیون تن DEAD WEIGHT (DWT)* و ظرفیت در دست سفارش معادل ۴۰ میلیون تن "DWT" در ۴۰ کشور مختلف دنیا بوده است (جدول ۱). در

طول سال ۱۹۹۲ حدود ۴/۱ میلیارد تن کالا به وسیله ناوگان دریایی بین‌المللی حمل شده که معادل ۱۷/۵ میلیارد تن/مایل بوده است. حدود ۴۰ درصد این کالاها محصولات نفتی خام و پالایش شده و ۴۰ درصد دیگر محصولات حجیم و خشک شامل سنگ آهن، ذغال سنگ و غلات و سایر محصولات کشاورزی بوده است. تنها حدود یک پنجم این محصولات ازنوع متفرقه GENERAL CARGO بوده که عمدتاً به وسیله کانتینر حمل می شوند می باشد.

باتوجه‌به‌اینکه دراین‌مدت حجم محصولات مایع وکالاهای خشک و حجیم بیش از سایر انواع محصولات بوده لذا بیشتر کشتی های فوق به صورت چارتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. نکته قابل توجه این است که در حمل کالاهای عمومی‌نقش‌کشتی‌های‌نامنظم (TRAMP) نسبت به نقش کشتی‌های متعلق به شرکت های کشتیرانی خطوط منظم که بر مبنای کنفرانس های دریایی فعالیت می‌کنند در مقایسه با سالها قبل کاهش پیداکرده‌است.این پدیده تمایل شرکت ها را به طرف استقلال عمل که امروزه به وسیله بسیاری از شرکتهای حمل و نقل دریایی بخصوص حمل کننده های کانتینری پیش گرفته شده تأیید می‌نماید. در این روش شرکت‌ها مستقیماً نرخ حمل را با صاحبان کالا توافق می نمایند و ازاین طریق عملاً مصوبات کنفرانسها را نديده می گیرند. این توافقها معمولاً برای یک بار حمل به عمل نمی آید. بلکه مدت زمان طولانی مورد استفاده قرار می گیرد.

نکته دیگری که می تواند در این مدت مورد توجه قرار گیرد روندی است که در وضع مالکیت کشتی ها بوجود آمده است.

صاحبان کشتیها در کشورهای یونان، ژاپن، آمریکا، نروژ و هنگ کنگ مالکیت بیش از ۵۰ درصد ناوگان بین‌المللی را

جدول شماره ۱

ناوگان موجود بازرگانی بین‌المللی و تعداد سفارشات در دست ساخت

اوایل سال ۱۹۹۳

طبقه بندی	ناوگان سفارش داده شده		ناوگان موجود	
	تن DWT	تعداد	تن DWT	تعداد
کشتیهای حامل کالامتفرقه	۲۶۵۶	۴۲۸	۹۲۹۸۲	۱۶۰۹۴
کشتیهای کانتینری(انواع مختلف)	۵۵۰۲	۱۹۷	۲۹۹۹۴	۱۲۸۱
تانکر(انواع مختلف)	۳۷۶۷۲	۶۲۰	۲۸۵۳۸۰	۷۹۷۷
کشتیهای مخصوص حمل کالاهای فله وحجیم	۱۸۱۷۶	۲۵۲	۲۴۰۱۶۱	۵۰۲۷
کشتیهای رورو	۵۲۳	۷۶	۸۱۴۶	۱۰۲۴
جمع کل	۶۴۵۲۹	۱۵۷۳	۶۵۶۶۶۳	۳۱۴۰۳

جدول شماره ۲

ناوگان تجاری جهان

روند مالکیت و ثبت کشتی

و شناورهای بالای ۳۰۰ تن ظرفیت ناخالص

ظرفیت به dwt در ۳۱ دسامبر ۱۹۹۱

درصد سهم‌از کل تناژجهانی	درصدپرچمهای خارجی‌ازکل	جمع	پرچمهای‌خارجی	پرچم‌ملی	کشورمتبوع
۱۴/۸	۵۵/۷	۹۴،۴۰۹،۳۱۱	۵۲،۵۴۹،۳۱۳	۴۱،۸۵۹،۹۹۸	یونان
۱۳/۰	۶۰/۲	۸۲،۷۸۷،۹۱۵	۴۹،۸۳۶،۷۱۹	۳۲،۹۵۱،۱۹۶	ژاپن
۹/۷	۷۰/۲	۶۱،۴۱۵،۷۳۰	۴۳،۱۰۸،۱۵۴	۱۸،۳۰۷،۵۷۶	آمریکا
۸/۹	۳۳/۴	۵۶،۷۷۲،۹۰۶	۱۸،۹۳۴،۸۵۰	۳۷،۸۳۸،۰۵۶	نروژ
۵/۱	۸۷/۹	۳۲،۱۴۶،۴۴۷	۲۸،۲۵۸،۷۸۳	۳،۸۸۷،۶۶۴	هنگ کنگ
۴/۷	۸/۷	۲۹،۸۱۲،۹۸۶	۲،۵۷۹،۲۰۳	۲۷،۲۳۳،۷۸۳	اف - اس - یو
۴/۱	۲۳/۴	۲۵،۹۱۴،۶۸۳	۶،۰۵۸،۷۳۵	۱۹،۸۵۵،۹۴۸	چین
۳/۷	۷۵/۰	۲۳،۴۴۰،۸۰۲	۱۷،۵۷۰،۲۷۳	۵،۸۷۰،۵۲۹	انگلستان
۲/۸	۳۵/۸	۱۷،۷۷۵،۲۶۰	۶،۳۶۱،۰۳۶	۱۱،۴۱۴،۴۲۲	کره‌جنوبی
۲/۴	۵۷/۸	۱۵،۵۲۳،۴۴۰	۸،۹۶۷،۸۲۹	۶،۵۵۵،۶۱۱	آلمان
۲/۰	۳۸/۸	۱۲،۶۹۰،۸۲۱	۴،۹۲۷،۱۶۹	۷،۷۶۳،۶۵۲	دانمارک
۱/۸	۱۴/۴	۱۱،۵۶۳،۸۶۱	۱،۶۶۳،۵۴۱	۹،۹۰۰،۳۲۰	ایتالیا
۱/۸	۳۵/۸	۱۱،۴۷۷،۴۶۷	۴،۱۰۸،۵۵۳	۷،۳۶۸،۹۱۴	تایوان
۱/۷	۵/۶	۱۰،۸۱۳،۷۶۷	۶۱۰،۱۴۴	۱۰،۲۰۳،۶۲۳	هندوستان
۱/۵	۴/۵	۹،۷۹۹،۱۹۴	۴۴۳،۱۱۲	۹،۳۵۶،۰۸۲	برزیل
۱/۴	۶۳/۱	۹،۰۶۰،۳۸۲	۵،۷۱۷،۳۸۷	۳،۳۴۲،۹۹۵	سوئد
۱/۳	۰/۲	۸،۲۹۳،۲۲۶	۱۸،۸۶۳	۸،۲۷۴،۳۶۳	ایران
۱/۲	۷/۴	۷،۵۷۹،۲۵۵	۵۶۱،۲۸۱	۷،۰۱۷،۹۷۴	ترکیه
۱/۱	۲۹/۴	۷،۰۳۹،۱۶۸	۲،۰۶۶،۸۰۱	۴،۹۷۲،۳۶۷	سنگاپور
۱/۰	۵۱/۹	۶،۱۷۲،۰۶۳	۳،۲۰۱،۰۳۳	۲،۹۷۱،۰۳۰	فرانسه
۸۴/۰	۴۸/۲	۵۳۴،۴۸۸،۶۸۴	۲۵۷،۵۴۲،۷۷۹	۲۷۶،۹۴۵،۹۰۵	جمع

مأخذ:سرویس اطلاعات دریائی لویدز - لندن

داشته‌اند. بایستی توجه داشت که رژیم موجود در مورد ثبت کشتی ها مالکیت واقعی آنها را نشان نمی دهد. امروزه حدود ۵۰ درصد از کشتی ها تحت پرچم کشورهایی حرکت می کنند که تسهیلات بیشتری برای صاحبان آنها فراهم می‌آورند.این روش را استفاده از پرچم ثبت آزاد "FLAG OF CONVENIENCE" یا 'FOC'S' می نامند. این تسهیلات اعم از پرداخت مالیات کمتر به دولتها ، حقوق و مزایای کمتر به خدمه کشتی ، عدم شناسایی اتحادیه های کارگری ، و حتی مقررات ساده تر راجع به طبقه‌بندی کشتیها میباشد. در این مدت از پرچم کشورهای لیبریا ، پاناما ، قبرس و باهاماس بیشتر استفاده شده است .

نکته دیگر وضعیت مالکیت کشورهای درحال توسعه در مقابل کشورهای توسعه یافته در این دوره می باشد. کشورهای در حال توسعه در طول دهه گذشته موفق به دوبرابر کردن مقدار مالکیت خود شده‌اند و امروزه مالک حدود ۲۵ درصد کشتی های بین‌المللی می باشند. که حدود دوسوم آن متعلق به آسیاییها می باشد. لازم است توضیح داده شود که در کشورهایی که سیاستهای آزادتری در تنظیم امور کشتیرانی دارند مالکین کشتی ها بیشتر می توانند از پرچم FOC استفاده کنند. چین ، اندونزی و کره جنوبی از مثال های بارز این امر می باشند.

نکته‌موردتوجه دیگرمدیریت کشتی ها است . در این دوره بسیاری از مالکین کشتی ها اداره کشتی های خود را به سازمانهای حرفه‌ای که در امر عملیات و بازاریابی تخصص دارند واگذار نموده‌اند. این مؤسسات اکثراً شرکتهای خصوصی هستند که در امر مالکیت دخالت ندارند و بر اساس قراردادی اداره امور کشتی ها را به عهده میگیرند و تعهد بازده بیشتری را برای صاحبان آنها می نمایند. قسمت اعظم تانکرها و کشتیهای فله‌بر بدین صورت عمل نموده‌اند. بیشتر این مؤسسات در مراکز مهم دریایی دنیا مانند لندن ، هنگ کنگ ، نیویورک و سنگاپور مستقر هستند و استفاده کنندگان از خدمات آنها از کشورهای مختلف اعم از توسعه یافته و درحال توسعه می باشند.

با توجه به استفاده از پرچم های FOC و استفاده از خدمات مؤسسات حرفه‌ای تشخیص مالکیت واقعی کشتی ها امر مشکلی می باشد. اضافه براین موارد گاهی کشتی ها تحت رهن بانکهای بین‌المللی هستند که خود امر تشخیص مالکیت آنها را پیچیده‌تر می نماید. امروزه افرادی از ملیت های مختلف در مالکیت و اداره کشتیها نقش دارند به نحوی که انتساب کشتی را به یک کشور یا افراد خاص مشکل می نماید. می توان عنوان نمود که کشتیرانی بین‌المللی در دهه ۹۰ در مقایسه با گذشته پیچیدگی خاصی پیدا کرده است .

مترجم:دکترشهباز شهبازی

* DWT عبارت است از وزن محموله،آب،سوخت وسایروسایل موجوددرکشتی زمانی که کشتی تاحدابخوردرآب فرورفته است.(وزن جابجایی کشتی)

□

نکاتی چند درارتباط با قراردادهای خرید یا فروش بین‌المللی

شاید سخن به گزاف نباشد، که تنظیم قرارداد جامع وکامل خرید یا فروش کالا یا خدمت، که همه نکات لازم در آن رعایت شده باشد، یک هنر است .

در کشورها، البته به جز درموارد استثنا، متاسفانه کمتر دیده می‌شود که خریدار یافروشنده، واردکننده یا صادرکننده، بازرگان یا متصدی حمل، بیمه‌گر یا بیمه‌گذار در قراردادهای فیمابین کلیه مسائلی راکه احتمالاً ممکن است در جریان خرید یا فروش پیش آید در نظر بگیرند و بویژه شرایط تجاری و مقررات بازرگانی خاص را در تنظیم قرارداد ملحوظ نمایند.

اصولاً به عنوان یک عرف تجاری در واردات وصادرت کشور، صدور پروفرما توسط فروشنده جایگزین قرارداد خرید یا فروش گردیده است و این سند اغلب به اختصار و بدون رعایت مصالح کامل طرفین قرارداد تنظیم میشود.

بدیهی است که قراردادهای تجاری باید شامل مشخصاتی باشند که در صورت بروز اختلاف و عدم اجرای مفاد قرارداد توسط یک طرف توجیه منطقی و مستند لازم جهت تامین مصالح طرف درگیر را دربرداشته باشد.

یکی از مسائلی که باید در تنظیم قرارداد یاصدور پروفرماحتماً موردتوجه خریدار یا فروشنده قرار گیرد نوع ارز(۲) مورد مبادله است. اما قبل ازپرداختن به این مهم لازم است به نکات عمده واساسی که باید در قراردادهای تجاری مورد توجه قرارگیرد اشاره شود:

- مشخصات طرفین قرارداد شامل نام و آدرس کامل و دقیق و محل اقامت قانونی
- تاریخ و شماره قرارداد
- نوع ومشخصات کالا یا خدمت مورد سفارش
- کمیت وکیفیت کالا یا خدمات
- قیمت واحد وقیمت کل کالا یا خدمت
- نوسان یا عدم نوسان کمیت و قیمت کالا یا قیمت واحد کالا
- مدت اعتبار قیمت مندرج در قرارداد
- نوع ارز قرارداد
- نوع بسته‌بندی کالا
- روش حمل ونقل کالا و وسیله حمل
- مجاز بودن حمل تدریجی کالا یا منع حمل قسمتی
- مجاز یا غیر مجاز بودن انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر
- شرط تحویل کالا در قرارداد براساس اصطلاحات INCOTERMS
- مبدأ ساخت وحمل کالا
- نحوه و تناژ بارگیری در بندرمبدأو تخلیه در بندر مقصد
- شرط خسارت معطلی (دموراژ) در بنادربارگیری تخلیه
- مقصد کالا
- شرط بیمه کالا
- شرط بازرسی کالا(دامنه بازرسی و پرداخت هزینه بازرسی)
- شرایط پرداخت
- پیش بینی شرایط عدم حمل کالا(در واردات) و عدم پرداخت وجه کالا(در صادرات)
- تعیین نحوه پرداخت هزینه‌های بانکی درکشورخریدار،درکشورفروشنده،در کشور ثالث (بانک پوشش دهنده وجه)(۳)
- شرایط و زمان تحویل کالا یا ارائه خدمات
- خسارت یا جریمه تأخیر در تحویل کالا یا خدمات
- اسناد موردنیاز جهت ارائه به بانک معامله کننده اسناد(۴)
- تضمین‌ها و ضمانت‌های موردنیاز
- خدمات احتمالی پس از فروش

- کمیسیون‌ها و تحقیقات
- عوامل قهری
- انتخاب بانک
- قانون حاکم بر قرارداد و دادگاه صالح
- شرایط داوری
- نحوه فسخ قرارداد
- ابطال قرارداد

بدیهی است که نکات فوق با توجه به نوع وحجم و ارزش معامله و میزان شناخت از طرف قرارداد انتخاب شود.

ادامه دارد

1-INTERNATIONAL SALIES/PURCHASE CONTRACT
2- CURRENCY
3- REIMBURSING BANKE
4- NEGOTIATING BANKE

محمد صالح ذوقی

رقابت جهانی در خطوط هواپیمایی

(قسمت اول)

نویسنده: وندی هال و پیتر باو از خط هوایی KLM

اگر چه اندیشه رقابت زدایی در خطوط هواپیمایی با استقبال فراوان مواجه شده است، اما موانع بسیار جدی بر سر راه آن موجود است. سعی در به کارگیری اصول بازار آزاد بـه شیوه آمریکائی در سایر کشورهای جهان ناموفق بوده است. ما باید این واقعیت را بررسی نماییم که آیا آمادگی وجود دارد که نتایج ناشی از رقابت در بازار آزاد را پذیرا باشیم که مفهوم آن از دست دادن و کاهش در تعداد ظرفیت حمل کنندگانی است که با پرچم ملی در فعالیت هستند. اگر حاضر به پذیرش این واقعیت نیستیم، باید یک بازار آزاد تعدیل شده در رقابت با خطوط هواپیمایی راایجاد نماییم.

مقررات زدایی در خطوط هواپیمایی جهان با استقبال مواجه شده است، اما علیرغم بعضی از بدبینی های موجود، صنعت هواپیمایی اصولاً بر این موافقت دارد که مقررات زدایی در ایالات متحده آمریکا سرانجام منجر به یک سیستم کارآمد و بهتری شده است. در حالی که سعی و کوشش برای به کارگیری اصول رقابت بازار آزاد در جهان موفقیت کمتری داشته است.

پذیرش مقررات زدایی در رقابت بازار هوایی، نیاز به بررسی و تفکر مجدد دارد. مسایل جهانی صنعت هوایی باعث ایجاد ابعاد جدیدی شده است که باعث بروز پیچیدگی جهانی در مقررات زدایی آن هم می شود. ملاحظات ملی باعث ایجاد تأخیر و جلوگیری از کاربرد و انطباق سیستم ایالات متحده در فضای رقابت جهانی می گردد.

اجازه دهید که توسعه خطوط هواپیمایی را در رابطه با مقررات زدایی در جهان بررسی و تجزیه و تحلیل نموده و ببینیم اکنون در چه مرحله‌ای هستیم و سؤال کنیم که چرا حرکتی به جلو نداشته‌ایم؟ و در نهایت باید به بررسی راه حل و حق انتخابهایی پرداخت که رودرروی صنعت خطوط هوایی قرار گرفته است.

زمانی که از صنعت خطوط هوایی مقررات زدایی به عمل آید، یک سیستم بازار رقابت آزاد جایگزین آن می گردد. در این دگرگونی و انتقال نقطه عطف و توجه از سیستم اجرایی و عملکرد به مفهوم مطلق آن و با تاکید بر نحوه و شیوه‌های رقابت تغییر جهت خواهد داد. در رقابت، نقطه عطف و توجه، شیوه اجرایی شرکت در ارتباط با رقیبانش و تغییر مسیر احتمالی آن قرار دارد.

در این حالت شرکت های توانمند و قوی بر جای خواهند ماند در حالیکه رقبای ضعیف از مرحله رقابت بازمانده و نابود خواهند شد. در نتیجه منابع اقتصادی به سوی شرکتهای توانمندی جریان خواهد یافت که پس از فرونشستن گردوغبار ناشی از تغییر و تحولات با یک سیستم با ثبات و مناسب ظاهر خواهند گردید، جایی که تعداد اندکی از بزرگترین و قوی ترین ها به رقابت با یکدیگر ادامه خواهند داد که البته این امر با آشفتگی کمتری صورت خواهد پذیرفت.

امر مقررات زدایی در بسیاری از صنایع صورت پذیرفته است. صنایع اتومبیل، صنایع سازنده تکنولوژی ارتباط جمعی و صنایع شیمیایی از نمونه های بارز این دسته‌اند. رقابت بازار آزاد در این صنایع باعث ایجاد یک گزینش طبیعی اقتصادی بین قوی و ضعیف گردیده است. چند شرکت عمده بزرگ در اطراف و اکناف جهان توانسته‌اند در عرصه رقابت باقی مانده و به حیات خود ادامه دهند. در سایه اینگونه تجارب به دست آمده، آیا می توان صنعت هواپیمایی را هم به همین طریق اداره نمود؟ اگر قرار است که مقررات زدایی صورت پذیرد، چه تضمینی وجود دارد که کارآیی بیشتری داشته باشد؟

صنعت هواپیمایی تجربه اندکی از رقابت در بازار آزاد را در اختیار داشته است وآن هم در بازار داخلی ایالات متحده آمریکایعنی تنها موردی که مورد آزمون این صنعت قرار گرفته است. از خطوط هوایی در سال ۱۹۷۰ مقررات زدایی گردید و سیستم رقابت بازار آزاد پدید آمد. شرکت های حمل و نقل هوایی پوشش‌های فوق‌العاده زیادی را برای مشتریان خود از طریق ارتباط با مرکز پدید آوردند.

نتایج حاصله گواهی مشهودی بر مؤثر بودن مقررات زدایی می باشد. خطوط هواپیمایی همان گزینش اقتصادی را که در سایر صنایع پدید آمد تجربه کردند و علیرغم نظریات نامساعد، پذیرفته شد که مقررات زدایی باعث کارآمدی بیشتر خطوط هوایی در ایالات متحده آمریکا شده است.

آمریکا پیشتاز و اروپا دنباله رو

جهان هواپیمایی با دقت و وسواس فراوان شیوه مقررات زدایی انجام شده در بازار داخلی آمریکا را، تحت نظرگرفت، و چون نتیجه آن آشکار شد، میل و اشتیاق تا به آن حد افزایش یافت که اصول رقابت بازار آزاد به سایر بازارها و خطوط هوایی جهان هم تسری پیداکرد.

تحرک و حرکت ایجاد شده در جهت و به نفع آزادسازی صرفاً ناشی از موفقیت ایالات متحده آمریکا نبوده است. اتحادیه اروپا نیاز به شکل و فرمی دارد تا بتواند یک بازار واحدی را در اروپا ایجاد نماید. آزادسازی در بازار، در صنعت اتومبیل سازی، ساخت ابزار و ادوات ارتباط جمعی و شیمیایی پدید آمد و یک بار دیگر این سؤال مطرح گردید که چرا نتوانیم این تجربه را به همان صورت در صنعت هوایی جهان تجربه کنیم؟ ایالات متحده آمریکا اثبات کرده است که این امر متصور و امکان پذیر است.

کشورهای اروپایی به طور چشم گیر و روزافزونی به ایده و فکر مقررات زدایی بازار خطوط هواپیمایی اروپا اندیشه می‌کنند. اصول رقابت بازار آزاد به تدریج و از طریق یک سری مراحل و مقدمات معمول درروند آزادسازی به بازار معرفی گردید، اگرچه تمامی اعضای اروپای متحد ازاین جنبش طرفداری کرده بودندامّا انگلستان و هلند از اولین کشورهایی بودند که اصول بازار آزاد را پذیرا شدند، در

نتیجه ، خطوط هوایی انگلیس (بریتش ایرویز) و (کـ.ال.ام.)اقداماتی را در جهت آماده‌سازی خود برای این نبرد صورت دادند.

سه عامل اضافی دیگر هم زمان پدید آمد تا رقابت بازار آزاد را با شدت بیشتری به جلو براند. تمامی این عوامل تقریبا" عوامل اقتصادی کلان بودند تا مسایل مربوط به خطوط هوایی ، اماقابل ذکراست که اثرات جنبی آن بر صنعت خطوط هوایی بسیار زیاد بوده است .

اولین فشار وارده ، ناشی از سقوط و فروپاشی کمونیزم در جهان بوده است و آن دسته از افرادی که به وضوح نپذیرفته بودند که نظام کمونیستی یک سیستم اقتصادی موفق نبوده‌است ،اکنون تلویحا" بر این واقعیت صحه نهاده‌اند .

دومین عامل مهم پایان یافتن و تکامل مذاکرات دور اورگوئه (GATT URUGUAY ROUND) بوده است . نتایج مذاکرات گات از حالت تئوری تبدیل به متون مدون گردید. آزادسازی تجارت جهانی با یک هدف شناخته شده عمومی ،شکل پذیرفت .گات شکل نهایی خود را به دست آورد و به صورت کانال‌هایی حرکت های جهانی را به سوی رقابت بازار آزاد هدایت نمود.

سومین عامل که باعث اعمال فشار گردید ، اندیشه نوین و در واقع مد روزی بود که شرکت های متعلق به دولت را خصوصی نمایند که در واقع بعضی از این شرکتها تحت فشار رکود اقتصادی هم قرار داشتند. دولت ها دیگر دارای امکانات نامحدود برای حمایت و کمک رسانی به همه صنایع نیستند. منابع احتمالی مالی برای جذب سرمایه های جدید از رقبای جهانی متصور است .

اما سؤال در این است که آیا رقابت ها می تواند منظم باشد ؟

رقابت خطوط هوایی مستقیما" تحت تأثیر نیروی فزاینده ناشی از رقابت بازار آزاد قرار دارد . اروپای متحد تصمیم به پیگیری سیاستی و راهی دارد که به تدریج به آزادسازی خطوط هواپیمایی منجر گردد. شیوه انجام کار اروپاییها بر این تأکید دارد که باید از رقابت دیوانه وار و آشفته‌ای که در بازار ایالات متحده آمریکا صورت پذیرفت خودداری شود .

سؤالات جدی در این زمینه مطرح می‌شود ازجمله :آیا رقابت بازار آزاد می تواند تابع نظم و قاعده کافی باشد و یا اینکه اینگونه شرایط ذاتا" مغایر اصل رقابت هستند . یکی از رؤسای خطوط هوایی به نام ریچارد برانسون می گوید ، رقابت هرگز تابع نظم و قاعده معینی نیست و هرگاه سعی شده که آن را به نظم کشند همین باعث پدید آمدن مقررات بیشتری در سایر زمینه های آن گردیده است .

سعی و کوشش برای آزادسازی بازارهای داخلی به صورت آشفته‌ای درآمده است. رکود اقتصادی ضربات زیادی بر پیکر خطوط هواپیمایی اروپا وارد آورد که باعث بروز ضرر و زیان های سنگینی در این زمینه گردیده است . در اوایل سال ۱۹۹۰ خطوط هواپیمایی در مجموع متحمل سنگین ترین ضرر و زیان در تاریخ پیدایش خود شدند. نیروهای مقاوم و مخالف آزادسازی در صحنه رقابت پدید آمدند. خطوط هوایی نیاز به نقدینگی برای بقای خود در زمان پیدایش رکود اقتصادی داشتند که در واقع این امر مغایر بااصول رقابت در بازار آزاد بوده است .

بعضی از شرکت های بزرگ و بسیاری از شرکتهای متوسط از سوبسید مستقیم دولتها که رقم بسیار بالایی را تشکیل می‌داد بهره مند شدند. فشار پذیرش تصنعی رقابت در بازار آزاد صرفا" توسط چند تن از رقبای اصلی مورد پذیرش واقع شد.

این بحث ادامه دارد

مترجم :هادی دستباز

تشویق ریالی صادرکنندگان براساس روش «خالص ارزش افزوده ارزی» حاصل از صادرات

سیاستهای ارزی متخذه در آخرین روزهای اردیبهشت‌ماه، ضمن کاهش تب داغ بازار معاملات ارزی، سؤالات بی‌شماری را در باره آینده توسعه اقتصادی کشور در اذهان عمومی و کارشناسان مالی - اقتصادی ایجاد کرده است.

با تبیین سیاستها و اهداف موردنظر و اعلان آنها در سطح جامعه می توان به پرسشهای متعدد ناشی از کم اطلاعی برخی مؤسسات اقتصادی و حرکت انفعالی آنها پاسخ منطقی داد تا شفافیت لازم برای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی تولیدی بنگاههای اقتصادی در بخشهای دولتی و خصوصی، فراهم آید.

هنوز مدت زیادی از اتخاذ سیاست تعدیل اقتصادی و ضرورت جهت‌گیری الگوی توسعه اقتصادی کشور از" جایگزینی واردات" به " توسعه صادرات" نمی‌گذرد که عملا" و به درستی سیاست تثبیت نرخ ارز اعلام می‌گردد. اگرچه سیاست متخذه اخیر را فی‌نفسه نمی توان و نبایستی به عنوان رد سیاست تعدیل اقتصادی یا فراموش کردن الگوی " توسعه صادرات" تلقی نمود، لیکن باید اذعان داشت تأخیر در اجرای سیاست تعدیل در شرایط پیش‌آمده امری اجتناب‌ناپذیر و بعبارت دیگر مؤید این واقعیت است که حرکت از یک الگوی توسعه به الگوی دیگر مستلزم گذر از یک دوران انتقالی برنامه‌ریزی شده و بسترسازی مناسب برای اجرای الگوی جدید می‌باشد. حال آنکه بازنگری تحولات و برنامه‌ریزیهای اقتصادی انجام شده طی سالهای اول برنامه ۵ ساله اقتصادی کشور، حاکی از تلاش دلسوزانه مسؤولین برای هرچه کوتاهتر کردن دوران انتقال مذکور می‌باشد. در همین رابطه اعلام حذف پیمان ارزی در سال ۱۳۷۰ بنظر نگارنده یکی از حرکات شتاب زده در این راستا بوده است و نظریه وجود کاستی یا تنگناهای دیگر در سایر مراحل الگوی توسعه صادرات (که ناشی از ساخت داخلی تشکیلات تجارت بین‌الملل در کشور وسازماندهی تمام عوامل درگیر در آن مطابق با الگوی جایگزینی واردات بوده است)، از یک طرف، و عدم وجود ثبات و اطمینان در سیاستهای سرمایه گذاری و تجارت خارجی کشور از طرف دیگر اجرای طرح " حذف پیمان ارزی" بابت صادرات کالاهای غیرنفتی نتوانسته اثر مثبت و مؤثری در تراز بازرگانی کشور داشته باشد و لذا ملاحظه آمار و ارقام مربوط به اینگونه مبادلات، اعاده سیستم سپردن تعهد بابت ورود ارز حاصل ازکالای صادراتی را اجتناب‌ناپذیر گردانده است .

در این باره همانگونه که خاطرنشان گردید اتخاذ رویه فوق بهیچوجه به معنای رد سیاست توسعه صادرات نیست و جمهوری اسلامی ایران بمنظور ایفای رسالتهای جهانی خود و تأمین رفاه و بمنظور رهایی آحاد افراد کشور از ستم اقتصادی بیگانان ، و همچنین تحقق درآمد ۲۷ میلیارد دلاری پیش‌بینی شده در دومین برنامه ۵ ساله توسعه اقتصادی فرهنگی اجتماعی کشور، چاره‌ای ندارد جز توسعه صادرات غیرنفتی و اصلاح ترکیب درآمدهای ارزی کشور و فاصله گرفتن از وابستگی اقتصادی به نفت و خروج از جرگه کشورهای تک محصولی .

لذا ضمن تأکید برضرورت و اهمیت استراتژیک صادرات غیرنفتی در برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور و

همچنین تایید سیاست فروش صددرصد ارز حاصل از صادرات توسط صادرکنندگان به سیستم بانکی لازم است خاطر نشان گردد کلید موفقیت سیاستهای متخذه، در نرخ مؤثر ارز حاصل از صادرات نهفته است و چنانچه درآمد ریالی صادرکننده از محل فروش ارز صادراتی تکافوی هزینه‌های تولید، بسته‌بندی، حمل ونقل و هزینه‌های مالی مربوطه را ننماید، صادرات کشور با خطر جدی مواجه خواهد شد.

بدین منظور لازم است ضمن تأکید براجرای سیاست اخیر و همچنین بدون تغییر نرخ ۳۰۰۰ ریال برای هر دلار بعنوان نرخ پایه ارز، تدابیر مقتضی برای حمایت از صادرات غیرنفتی اتخاذ گردد. لذا در راستای سیاست تشویق صادرکنندگان به ترتیب پیش‌بینی شده در بخشنامه بانک مرکزی بنظر می‌رسد علاوه برتوجه به عامل "مدت زمان" تسویه تعهدات صادرکننده، پرداختن به عامل ملموس‌تری مانند "خالص ارزش افزوده ارزی" حاصل از صادرات به عنوان فاکتور اصلی تعیین میزان تشویق ریالی، تدبیر بسیار مؤثر و کارسازی خواهد بود.

بدین‌ترتیب که با کمک و همیاری وزارتخانه‌های صنعتی ذیربط میزان

در صورت اتخاذ چنین سیاستی حصول اهداف زیر میسر خواهد گردید.

۱- صرفه جویی ارزی در سطح مواد اولیه و ماشین آلات در واحدهای صادراتی موجود

۲- ایجاد تحرک و پویایی بیشتر در شناخت مزیت‌های نسبی بصورت خودجوش توسط بنگاههای اقتصادی

۳- قابل رقابت شدن صادرات کشور در چرخه اقتصاد وتجارت بین‌الملل

۴- حذف انگیزه کم نشان دادن قیمت صادراتی بابت تعهدارزی ناشی از انجام صادرات و اصلاح خودبخود قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی به مرور زمان و حذف هزینه‌های اجرایی آن

۵- حذف رقابت‌های غیراصولی در صحنه تجارت بین‌الملل

۶- افزایش سطح درآمد ارزی وکمک به موازنه و بهبود تراز پرداختهای کشور

۷- افزایش اشتغال

۸- و اثرات مثبت دیگر

در این باره لازم به ذکر است که در صورت عدم اتخاذ تصمیمات تشویقی لازم، این احتمال وجود دارد که صادرات غیرنفتی در بخشی از فعالیتهای اقتصادی بانکث وکاستی مواجه شده و علیرغم افزایش تعهد ارزی صادرکنندگان از ۵۰ درصد به صددرصد، (که سیاست بحق صحیح و ضروری در شرایط اقتصادی کشور بوده و هست) تأثیر مثبتی برتر از پرداختهای ارزی کشور نگذارد.

مدل مقدماتی جهت استخراج جداول جایزه ریالی صادرکنندگان براساس محاسبات زیر طراحی گردیده است.

محاسبات مربوط به استخراج جداول جایزه ریالی

مفروضات:

• ارزبری جمعی کالای صادراتی $x = ۱۰۰$ دلار $= P$ و معادل ریالی آن $= Pr$

• "جایزه ریالی" جمع شونده به ازای هر ۵ درصد افزایش "خالص ارزش افزوده ارزی" $= j$

• قیمت پایه ارز برای هر دلار ارزی‌بری جمعی $=$ ۳۰۰۰ ریال $= r$

• درآمد ارزی حاصل از صادرات $= T$ و معادل ریالی آن Tj

• خالص ارزش افزوده ارزی $=R= T=P=R$ یا $T = P+R$ و معادل ریالی آن

$$Tj = Pr+Rj$$

• درصد ارزش افزوده ارزی $= ۱۰۰٪ \times VA$
$VA=R/P\times ۱۰۰=R/P$

• نرخ مؤثر هر دلار صادراتی برای صادرکننده $= Tj/T$ $Ej =$

• جمع کل جایزه ریالی $= C = Rj - Rr$

• برای محاسبه معادل ریالی R یا Rj از فرمول تصاعد حسابی بشرح $S = n/2 [2a + (n-1) d]$ استفاده می‌کنیم که در آن (j) $d = ۵/۱۰۰ p$ و $(n=VA)$ و $a=۵/۱۰۰P(n+j)$ خواهد بود.

• چنانچه در فرمول فوق، حاصل تقسیم VA بر ۵ عدد صحیح نباشد، یا بعبارت دیگر $VA/۵ = n+b$ باشد که b عدد کمتر از یک است، خواهیم داشت: (+

$$1)\quad RJ=RJn+Rjb$$

• معادل ریالی خالص ارزش افزوده ارزی بابت عدد صحیح n برابر است با:

$$2)\quad Rjn=n/2[2a+(n-1)d])$$

• معادل ریالی خالص ارزش افزوده ارزی بابت عدد اعشاری معادل است با:

$Rjb=Rb(e)=b$ که در فرمول ۳:

• قدر مطلق ارزی "خالص ارزش افزوده ارزی" بابت $b= (p/۱۰۰)(b)(۵)=Rb$

• معادل ریالی نرخ ارز مربوط به ارز حاصله بابت درصد اضافی نسبت به عدد صحیح $e = n$

• و e نیز از فرمول $e = r + (n+1) j$ بدست می‌آید.

طبق محاسبات فوق وحسب سیاستهای اقتصادی موردنظربا تغییرپارامترهای تعریف شده مثل نرخ پایه یامبلغ جایزه برای هر۵ درصدمی توان جداولی تنظیم نمودکه قابل اصلاح وتغییر می‌باشند.

همانگونه که خاطرنشان گردید،این‌گونه جداول پایه بوده وحسب ضرورت بمنظور توسعه بازارهای خاص و یا کالاهای ویژه در مقاطع مختلف و یا حسب مراحل مختلف توسعه اقتصادی کشور می توان تبصره‌های لازم به جدول اضافه و پالایش‌های موردنظر را انجام داد.

پس از تهیه جدول موصوف، امکان ارزیابی و برآورد مبلغ جایزه تشویق صادرات میسر میشود و بودجه موردنیاز پیش‌بینی می‌گردد.

با اجرای طرح، در نرخ پایه ارز بشرح اعلامی از سوی بانک مرکزی تغییری پیش نمی‌آید، و اطلاعات مکتسبه از اجرای طرح و بودجه ریالی موردنیاز از مؤلفه‌های تغییر نرخ پایه برای بعداز سال ۱۳۷۴ می تواند باشد.

از: مصطفی بهشتی روی

پیش‌گیری از بروز اختلافات در روابط بازرگانی

دقت وسرعت عمل از عوامل توسعه روابط بازرگانی است. بالعکس بی دقتی وسهل انگاری در تنظیم رابطه حقوقی ومالی باطرف معامله موجب کندی کارواتلاف وقت وبخصوص موجب بروز اختلاف میشود.حل اختلافات حقوقی درمراجع قضائی مستلزم تشریفات وصرف وقت وتحمل هزینه‌های بسیار است واگر رابطه جنبه بین‌المللی داشته باشداین تشریفات وهزینه‌ها چند برابر میشود. درحل اختلافات مربوط به بازرگانی بین‌المللی چند مسئله ابتدائی مطرح میشوند که هریک به تنهائی معضل بزرگی هستند. ازجمله این مسائل تشخیص قانون حاکم برمعامله ودادگاه صلاحیتدار برای رسیدگی به اختلاف است.

بدیهی است قید شرط داوری درقراردادها ویاتوافق بعدی طرفین قرارداد به ارجاع اختلاف به داوری تاحدود بسیار زیادی از طولانی شدن مدت حل اختلاف میکاهد ولی فراموش نباید کردکه درحال حاضراجراءآراء داوری دراغلب کشورهای جهان به آسانی میسر نیست واگردستگاههای قضائی حمایت نکنند بامشکل مواجه میشود. رواج این روش که موسسات تجارتی جزایر ومناطق آزاد را برای ثبت وآدرس حقوقی خودانتخاب میکنندباتوجه به این امر که دراین مناطق قوانین تجاری روشنی وجود ندارد، احتمال بروز اختلاف درقراردادهای منعقده بااین مؤسسات شدیدتر میسازد. این مطلب معمولاً ،درموقع انعقاد قراردادازدید بازرگانان دور می‌ماند.

بازرگانان بخصوص اگرفعال دردادوستد بین‌المللی هستند باید بدانند که احاطه وتسلط به اطلاعات مربوط به حرفه آنها اگرچه لازم و شرط موفقیت درکاراست ولی کافی نیست. بازرگانی بین‌المللی بامسائل پیچیده وظریفی همراه است. توجه به نکات زیراهمیت بسیار دارد:

- بازرگان باید درانتخاب طرف معامله خود با دقت زیاد اقدام کند. کتابهای راهنما که توسط اتاق‌های بازرگانی کشورها منتشرمیشود و همچنین اطلاعات‌موجود در بخش‌های بازرگانی سفارت خانه‌ها اطلاعات مفیدی دردسترس جامعه بازرگانی میگذارد.
- اطلاعات قابل توجهی درمورد وضعیت اقتصادی کشورهای مختلف در مقالات نشریات بین‌المللی وبازرگانی دیده میشودمطالعه این نشریات برای بازرگان مفید است.
- شرکت درنمایشگاههای بین‌المللی موجب میشود که بازرگان ازیک طرف درانتخاب کالای مورد نظرخود دست بازتری داشته باشد وازطرف دیگر از کیفیت و خصوصیات کالاهای مشابهی که توسط رقبای او تولید میشود مطلع گردد.

پس ازآنکه بازرگان باتوجه به اطلاعاتی که بدست آورده است طرف معامله خود را انتخاب کرده بود بایستی توصیه‌های زیر را مورد توجه قراردهد.

۱- سعی کند بین اووطرف معامله نوعی قرارداد کتبی امضاءومبادله شوداغلب معاملات صرفاً برمبنای پروفورمای ارسالی ازطرف فروشنده صورت میگیرد. پروفورما معمولاً دارای حداقل اطلاعات مربوط به شرائط معامله است وبسیاری از مسائل حقوقی بلاتکلیف می‌ماند.

۲- درقراردادهای متوسط وبزرگ حتماً از مشاورت اشخاصی که درحقوق بازرگانی بین‌المللی تسلط دارند استفاده شود. توجه زیاد به مسائل مالی مربوط به معامله موجب آن نشود که مسائل حقوقی فراموش گردد.

۳- از فرم‌های استاندارد بین‌المللی حداکثر استفاده به عمل آید. بعضی از اسناد مهم در داد وستدهای بین‌المللی به صورت متحدالشکل توسط اتاق بازرگانی بین‌المللی تهیه و در دسترس جامعه بازرگانی بین‌المللی قرارداده شده است. ازجمله اینکوترمز۱۳ نمونه قراردادفروش تنظیم کرده است که بازرگانان میتوانند باتوجه به علایق ونظرات خودوامکانات موجود یکی از آنها راعیناً انتخاب وبه عنوان متن قرارداد بکار ببرند. بعید نیست که شرائط توافق شده بین طرفین دقیقاً بایکی از ۱۳ نمونه قرارداد اینکوترمز مطابقت نداشته باشد. البته طرفین الزامی به رعایت دقیق متن نمونه ندارند ومیتوانند باتوافق یک یاچند شرط راتغییر دهند ویاشرائطی برآن بیفزائید.

اتاق بازرگانی بین‌المللی تاکنون فرم‌های استاندارد برای قرارداد خرید وفروش (INCOTERMS) وانجام عملیات بانکی مربوط به بازرگانی بین‌المللی (UCP) وبارنامه حمل کالا(FIATA) تنظیم کرده که همگی مورد استقبال وسیع قرارگرفته‌اند. درزمینه بعضی دیگراسناد هنوز اقدامی ازطرف اتاق مزبور نشده است. ازجمله بنظر میرسد تنظیم فرم‌های استاندارد برای بیمه‌های حمل ونقل ویا بیمه‌های مسوولیت تولید (که بتدریج اهمیت بیشتری پیدا میکند) یک نیاز مسلم باشد. درحال حاضر شرکتهای بیمه درهرکشور متن خاصی راتهیه ومورد عمل قرار میدهندکه البته همه آنها اصول مشترک دارند اما در جزئیات متفاوت می‌باشند دربعضی ازکشورها بخصوص درکشورهای جهان سوم بیمه گران فرم‌های موردعمل کشورهای اروپائی راعیناً مورد استفاده قرار میدهند که بعضاً باقوانین ومقررات حاکم در کشورمحل تضادهائی دارند و ایجاد اشکال میکنند.

۴- پیش بینی شرط داوری در قراردادها از توصیه‌های اولیه‌ای است که به بازرگانان میشود. رفع اختلافات درمراجع قضائی کشورها مشکلات بی‌شماری دارد که از جمله آنها، هزینه زیاد وزمان طولانی است. اگر طرفین قرارداد داوری یکی از موسسات بین‌المللی رابپذیرند اختلافات احتمالی آنها باسرعت بیشتر وهزینه کمتر رفع خواهد شد. ودر چند دهه اخیر سازمان‌های مجهز داوری خدمات زیادی به جامعه بازرگانی بین‌المللی نموده‌اند. معروفترین ومجهزترین سازمان داوری بین‌المللی دیوان داوری اتاق بازرگانی بین‌المللی است که درپاریس مستقر میباشد.

از:دکترغلامحسین جباری □

کمیتهٔ ایرانی اتاق اکو

گزارش سمینار خصوصی سازی اکو در استانبول

توصیه سمینار: برای برنامه خصوصی سازی درکشورها نسخه واحدی وجود ندارد وهرکشور باید متناسب باشرایط وامکانات خاص خود این برنامه را اجراء کند.

سمینار خصوصی سازی اکو با همکاری مشترک بانک توسعه صنعتی ترکیه، بانک توسعه اسلامی و سازمان همکاریهای اقتصادی (اکو) از نوزدهم تا بیست وپنجم شهریور ماه ۷۴ در شهر استانبول ترکیه برگزار شد. از سوی سازمان اکو آقای حسین بوتسالی معاون دبیر کل این سازمان در سمینار شرکت داشت که ریاست اغلب جلسات سمینار هم به عهده ایشان بود.

سمینار خصوصی سازی استانبول در واقع یک گردهم آیی تخصصی بود که با هدف بحث و تبادل نظر درباره تجربه‌های خصوصی سازی در چند کشور اروپائی و یافتن بهترین راهکارها و شیوه‌های اجرائی برنامه خصوصی سازی در کشورهای عضو اکو به ویژه جمهوریهای تازه استقلال یافته آسیای میانه و منطقه قفقاز تشکیل شده بود. به جز جمهوری ازبکستان، هیاتهای نمایندگی سایر کشورهای عضو اکو از جمله ج.ا.ایران به همراه‌نمایندگان و کارشناسان برجسته‌ای از سازمان خصوصی سازی ترکیه، اتحادیه اروپا، اسکاپESCAP وابسته به سازمان ملل، نماینده قسمت توسعه بخش خصوصی بانک جهانی، چند موسسهٔ اقتصادی و بین المللی و همچنین شخصیت های صاحب نظری همچون آقای‌کریستف اربان Christoph Urban نماینده ویژه هلموت کهل صدر اعظم آلمان در امر مربوط به خصوصی سازی آلمان شرقی به عنوان سخنران در جلسات سمینار شرکت داشتند. طی ۵ روز جلسات سمینار مجموعاً بیش از ۳۰ کارشناس، مدیران و نمایندگان سازمانها و موسسات اقتصادی - بین المللی و روسای هیاتهای نمایندگی کشورهای عضو به طرح دیدگاهها و نظرات خود درباره خصوصی سازی پرداختند.

هیات نمایندگی ج.ا.ایران در این سمینار به جز هیات ۲ نفره اعزامی از سوی اتاق اکوکه در جلسات سمینار حضور می یافتند متشکل از ۵ هیات جداگانه مرکب از نمایندگانی از سوی وزارت امورخارجه، سازمان صنایع ملی، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، بورس اوراق بهادار و بانک صنعت و معدن بود که بر خلاف هیاتهای نمایندگی دیگر کشورهای عضو سخنگوی واحدی در جلسات سمینار نداشتند که این خود مساله ای بحث برانگیز در حاشیه سمینار استانبول محسوب می شد.

از نظر برنامه ریزی و هماهنگی، اداره امور جلسات، ترکیب کارشناسان شرکت کننده در سمینار و انتخاب موضوع و محتوای سخنرانی های ارائه شده در جلسات صبح و بعد از ظهر سمینار، می توان سمینار استانبول را یک گردهم آیی کاملاً موفق با دستاوردهایی قابل بهره گیری برای کشورهای عضو اکو به حساب آورد. در یک نتیجه گیری کلی می توان گفت که مباحث سمینار فرهنگ، تفکر ونگرش خصوصی سازی و سپردن اداره امور اقتصاد و تجارت به بخش خصوصی را به ویژه در اذهان نمایندگان کشورهایی که هیچ گونه تجربه و سابقه ذهنی در این قبیل امور نداشتند تا حد زیادی به وجود آورد.به خصوص آن که اغلب روزنامه های پرتیراژ ترکیه توجه ویژه ای به این سمینار نشان دادند واخبار مربوط به سمینار و مباحث آن را به طور مشروح منعکس کردند.

مباحث سمینار و موضوعاتی که برای سخنرانی و تبادل نظر انتخاب شده بود بیش از آنکه مبین دیدگاههای فردی و تئوریهای کلاسیک باشد، بازگوکننده تجربه های عینی و عملی سخنرانان در عرصه های گوناگون مربوط به نحوه واگذاری شرکتها و بنگاههای تجاری و اقتصادی دولتی به بخش خصوصی بود و نکته ای که بیش از همه در محتوای سخنرانی ها جلب توجه می کرد وجه اشتراکی بود که در دیدگاههای سخنرانان نسبت به اهمیت و ضرورت متناسب بودن برنامه خصوصی هرکشور با شرایط، نیازها و ساختار اجتماعی آن کشور به چشم می خورد. به عبارت دیگر اکثریت قریب به اتفاق کارشناسان شرکت کننده دراین سمینار براین نکته تاکید می‌ورزیدند که خصوصی سازی برای تمامی کشورها یک راه حل و یک نسخه واحد ندارد و مسئولان امور درهر کشور باید متناسب با شرایط و امکانات خاص همان کشور این مهم را به مورد اجراء گذارند. نکته جالب توجه دیگر در سخنرانی اغلب کارشناسان شرکت کننده

در سمینار تاکیدی بود که آنها براستفاده از کارشناسان و اقتصاد دانان محلی برای طراحی و اجرای برنامه های خصوصی سازی می کردند و قویاً برایـن مساله تاکید داشتند که کشورها در امر خصوصی سازی باید حتی الامکان از به کارگیری کارشناسان خارجی پرهیز کنند.

جلسات سمینار خصوصی سازی اکو به صورتی کاملاً فشرده در مدت پنج روز صبح و بعداز ظهر ادامه داشت و ضمن آن دیداراز مرکز بورس معاملات اوراق بهادار استانبول و بانک توسعه صنعتی ترکیه نیز در برنامه سمینار گنجانده شده بود علاوه بر سخنرانی هایی که کارشناسان در جلسات سمینار ایراد می کردند روسای هیاتهای نمایندگی جمهوریهای آسیای میانه و قفقاز نیز به ترتیبی که در جدول برنامه های سمینار پیش بینی شده بود گزارشی از نتایج اجرای برنامه خصوصی سازی در کشورهای متبوع خود و مشکلات و تنگناهایی را که بر سر راه اجرای این برنامه وجود داشته است ارائه می دادند و نظرات کارشناسان حاضر در سمینار را برای غلبه برمشکلات جویا می شدند .

هیات نمایندگی جمهوری قزاقستان حضوری چشمگیرترازدیگر هیاتهای نمایندگی در جلسات سمینار داشت . رئیس هیات نمایندگی قزاقستان علاوه برارائه گزارش جامعی از روند برنامه خصوصی سازی در کشور متبوعش با طرح دیدگاهها و پرسش های گوناگون پیرامون مساله خصوصی سازی توجه اغلب حاضران درجلسات سمینار رابه خود جلب کرده بود.

نماینده سازمان خصوصی سازی ترکیه وکارشناسانی که از سوی بانکها و بنگاههای اقتصادی و بازرگانی ترکیه در سمینار شرکت داشتند ضمن ارائه گزارشها و تحلیل هایی از عملکرد و نقاط ضعف و قوت اجرای برنامه خصوصی سازی در کشور متبوعشان به طور ضمنی نمایندگان جمهوریهای آسیای میانه و آذربایجان را به الگوبرداری از تجربه های ترکیه تشویق می کردند و با دقت و ظرافت خاصی سعی در القاء اندیشه "پان توركیسم " در اذهان هیاتهای نمایندگی آن جمهوریها داشتند . حتی در برخی نوشتارها و متن سخنرانی های کارشناسان شرکت کننده از ترکیه از ملل جمهوریهای آسیای میانه و آذربایجان با عنوان TURKIC NATIONS یاد شده بود که در این زمینه و در حاشیه جلسات سمینار از سوی هیات نمایندگی اتاق اکو به نماینده وزارت امورخارجه و معاون دبیرکل اکو تذکر داده شد .

نظری اجمالی به موضوعات مورد بحث در جلسات پنج روزه سمینار اهداف مورد نظر از برگزاری سمینار را تا حدودی روشن می‌سازد:

منطق خصوصی سازی ، ارتباط خصوصی سازی با بازار پول ، تجربه های حاصله از اجرای برنامه خصوصی سازی در آلمان شرقی سابق ، شیوه نگرش و برخورد بانک بین المللی بازسازی و توسعه با مساله خصوصی سازی در کشورهای جهان ، نحوه ساماندهی و اداره امور برنامه خصوصی سازی ،استراتژیهای مربوط به امر خصوصی سازی ، عوامل تعیین کننده در موفقیت برنامه های خصوصی سازی ، تامین منابع مالی و اهرمهای پولی برنامه خصوصی سازی ، چهارچوبهای قانونی و نهادی برنامه های خصوصی سازی ، تجربه های حاصله از اجرای برنامه خصوصی سازی در جمهوریها آسیای میانه و قفقاز ، از جمله موضوعات اصلی مورد بحث وسخنرانی در دستور کار سمینار بود که در حاشیه آن متناسب با موضوعات عنوان شده از سوی هیاتهای نمایندگی شرکت کننده در سمینار مسائل فرعی دیگری نیز مورد بحث و بررسی قرار می‌گرفت .از بحث انگیز ترین موضوعات سخنرانی ها ، موضوع سخنرانی آقای کریستف اربان نماینده ویژه صدر اعظم آلمان تحت عنوان "یک کشور به فروش می رسد" بود که محتوای آن به نحوه واگذاری کلیه موسسات و بنگاههای تجاری و اقتصادی خردو کلان آلمان شرقی سابق به بخش خصوصی در مدت زمانی بسیار کوتاه مربوط می شد . آقای اربان در سخنرانی خود تصویر جامعی از فرایند اجرای برنامه خصوصی سازی در نیمه شرقی آلمان و هزینه بسیار گزافی که از جیب مالیات دهندگان آلمانی برای اجرای این برنامه پرداخت شده است برای شرکت کنندگان درسمینار ترسیم کرد و ضمن دادن هشدار به حاضران در خصوص اندیشیدن به منابع مالی برنامه خصوصی متذکر شد همه کشورهایی که قصد خصوصی سازی تجارت و اقتصاد خود را دارند مانند آلمان شرقی سابق ازنعمت وجود برادر پولدار و ثروتمندی همچون آلمان غربی برخوردار نبوده‌اند !

سخنران جلسه افتتاحیه سمینار خصوصی سازی اکو در استانبول آقای صفا اوجاک مدیرعامل بانک توسعه صنعتی ترکیه و یکی از برگزار کنندگان اصلی سمینار بود که در سخنان خود از خصوصی سازی به عنوان یکی از مهمترین مسائل اقتصادی امروز جهان یادکرد و ضمن آن متذکر شد که خصوصی سازی فی نفسه یک هدف نیست بلکه ابزاری است که علاوه بر افزایش بهره وری اقتصادی سبب کاهش هزینه های غیر ضروری و بی منطق در دستگاه دولت خواهد شد . آقای اوجاک با تاکید بر اهمیت افکار عمومی برای پذیرش اندیشه خصوصی سازی یادآور شد که افکار عمومی باید متقاعد شود که خصوصی سازی یک ضرورت اجتناب ناپذیر برای توسعه اقتصادی و ارتقاء سطح رفاه عمومی جامعه است . تقریباً تمامی سخنرانان در جلسات سمینار بر نقش و وظیفه حساس و حیاتی روابط عمومی در ساختار تشکیلات خصوصی سازی با هدف جلب حمایت افکار عمومی تاکید ورزیدند ومتفقاً یادآورشدند که پیشبرد برنامه‌های خصوصی سازی بدون ایجاد فرهنگ و نگرش خصوصی سازی در جامعه و آماده سازی قبلی افکار عمومی امری بسیار دشوار و مساله آفرین خواهد بود و تحقق این هدف صرفاً منوط به آن است که نهادهای مسئول اجرای برنامه خصوصی سازی از یک روابط عمومی فعال و آگاه برخوردار باشند . آنها بر این نکته تاکید می ورزیدند که اگر در اجرای برنامه خصوصی سازی مساله افکار عمومی و جلب حمایت آن نادیده گرفته شود این امر به بروز تنش های اجتماعی و مشکلات پیش بینی نشده برای دولت ها منجر خواهد شد .

آقای بوتسالی معاون دبیرکل اکو نیز در سخنان خود با اشاره به نتایج حاصله از برگزاری نخستین سمینار خصوصی سازی اکو که در سال ۱۹۹۲ توسط سه کشور بنیانگذار سازمان اکو در پاکستان برگزار شد ، به شرایط جدیدی که بعد از فروپاشی شوروی و پیوستن ۶ کشور اسیای میانه و قفقاز به سازمان اکو به وجود آمده پرداخت و مشکلاتی راکه این کشورها از نظرمنابع مالی ودیگر ساختارهای لازم برای اجرای برنامه خصوصی سازی با آن روبه رو هستند برشمرد .وی از تجربه ها و موفقیت های سه کشور ایران ، ترکیه و پاکستان در زمینه خصوصی سازی به عنوان دستاوردهایی که می تواند برای سایر کشورهای عضو مورد استفاده قرار گیرد یاد کرد.

نایب رئیس موسسه تحقیقات و کارآموزی وابسته به بانک توسعه اسلامی از دیگر سخنرانان جلسه افتتاحیه سمینار مشترک خصوصی سازی بود که در سخنان خود امکانات موسسه در زمینه انجام تحقیقات و دادن آموزش های لازم جهت توسعه فعالیت های اقتصادی در کشورهای عضو اکو را برشمرد .

دبیر کل اتاق اکونیزدر یکی ازجلسات سمینار طی سخنانی بااشاره به این مساله

که دبیرخانه اتاق اکو برای مدت ۲ سال به ایران منتقل شده است به نتایج و دستاوردهای سومین اجلاس مجمع عمومی اتاق اکو در تهران اشاره کرد و با تاکید بر اهمیت نقش اتاق اکو در جلب حمایت بخش خصوصی نسبت به اجرای برنامه های خصوصی سازی اظهارداشت ، سه کشور ایران ، ترکیه و پاکستان به دلیل داشتن سوابق و تجربیات طولانی در زمینه تجارت واقتصاد خصوصی می توانند جمهوریهای آسیای میانه و قفقاز را که به عضویت اکو در آمده اند در پیشبرد برنامه‌های خصوصی سازی یاری دهند . وی در ارتباط با همین مساله پیشنهاد کرد گروهی متشکل از کارشناسان سه کشور بنیانگذار سازمان اکو همراه با نمایندگانی از سازمانهای اقتصادی بین المللی جهت تحقق این هدف تشکیل شود که این پیشنهاد در بیانیه نهائی سمینار منظور شده است .

سمینار خصوصی سازی اکو دراستانبول با صدور بیانیه ای در ۱۲ ماده به کار خود پایان داد که متن بیانیه از این قرار است :

بیانیه سمینار خصوصی سازی اکو

درپایان سمینار پنج روزه خصوصی سازی اکو در شهر استانبول ترکیه بیانیه‌ای مشتمل بر یک مقدمه و ۱۲ ماده به اتفاق آرا به تصویب رسید که متن بیانیه ازاین قراراست:

- سمینارخصوصی سازی با همکاری مشترک سازمان اکو- بانک توسعه صنعتی ترکیه (TSKB)وبانک توسعه اسلامی ازیازدهم تا پانزدهم سپتامبر ۱۹۹۵ دراستانبول برگزارشد.

- شرکت کنندگان در سمیناراتفاق نظر خودرا درباره ضرورت اجرای سیاست اصلاحات و بازنگری ساختاراقتصادی با هدف افزایش کار آیی،بهره وری و توسعه وپیشرفت کشورهای متبوع خود هماهنگ بانیازهای ملی و شرایط جهانی اعلام داشتند .

- شرکت کنندگان به واقعیت خصوصی سازی که در برگیرنده زمینه الویت بالا در بازنگری ساختار اقتصادی است ،تاکید ورزیدند .

- درک این واقعیت که کشورهای عضو اکو در زمینه خصوصی سازی اگر چه ازنظر الگوها و حجم کار تفاوت دارند ولی اقدامات اساسی را در جهت انتقال مالکیت بخش اعظمی از شرکتهای دولتی به موسسات خصوصی انجام دادهاند .

- شرکت کنندگان به مطالب و موضوعاتی که از سوی سخنرانان برجسته هیاتهای نمایندگی و سازمانهای بین المللی ایراد شد توجه خاص نشان دادند .

- شرکت کنندگان موافقت کردند که از پارامترهای ذیل توسط مقامات داخلی در مواردی که مناسب تشخیص داده می شد بهره گیری کنند .

۱- اجرای یک برنامه صحیح و اصولی در امر خصوصی سازی نیاز به ایجاد نظام و قوانینی دارد که هموار کننده مسیر بوده و در جهت تکامل آن گام بردارد.

۲- به همین نحو اجرای صحیح برنامه خصوصی سازی می بایست توسط نهادی کارآ، پرقدرت، با کیفیت بالا و درعین حال کوچک دنبال شده بصورتی که قادر باشد منحصراً در این زمینه گام برداشته و از مهارت کافی در انعکاس آن برخورداربوده و بتواند افکار عمومی را در آن جهت به حمایت طرح وادارسازد .

۳- هر کشور می بایست ماهیتاً برنامه خصوصی سازی مناسب با کشور متبوع خود را تهیه و از روشهای مناسبی که اقتصاد آن کشور احتیاج دارد استفاده کند .

۴- در اجرای صحیح و موفقیت آمیز برنامه، تعریف روشنی‌اززمینه های خصوصی سازی - اهداف و روشهای مورد استفاده وجود عزم و قاطعیت سیاسی ضرورت اساسی دارد .

۵- در زمانیکه بعضی از کشورها اجازه می‌دهند انتقال مالکیت سریع و جامع در زمینه های گوناگون و به طور همزمان صورت پذیرد برای بعضی ازکشورهاانجام این مهم بهتراست بصورت تدریجی باشد. در هر صورت در ابتدا برای جمهوریهای آسیای میانه و آذربایجان مصلحت بر آن است که خصوصی سازی را از موسسات کوچکتر که مزیت نسبی بیشتری دارند در جهت موفقیت آن شروع نمایند .

۶ -استراتژی خصوصی سازی می بایست بر اساس اصول زیر پایه ریزی گردد.

• احتیاط در انتخاب موسسه برای خصوصی سازی
• کسب اطمینان از حمایت افکار عمومی
• سرعت عمل در تصمیم‌گیری واجرای آن
• تحرک جدی مقاطعه کار خصوصی
• فعال بودن بازار سرمایه و بوجود آوردن موسسات ملی مالی و سرمایه‌ای مورد نیاز
• تهیه زمینه های مناسب قانونی ، مالی و اداری
• تعیین ارزش واقعه بینانه موسسه و توجه بیشتربه امرمدیریت پس از خصوصی سازی به جای توجه صرف به قیمت فروش
• تبلیغات گسترده و دقت در انتخاب خریداران
• توضیح روشهای موثردربرطرف نمودن موانع اجتماعی و مشکلاتی که درمراحل خصوصی سازی با آن مواجه خواهیم بود
• توزیع‌مناسب‌در جهت‌خصوصی سازی ، زمینه های سودمند را به جریان انداخته و باعث‌ثبات وپیشرفت‌اقتصادی‌خواهد بود.

۷- علاوه بر نیروهای موجود دراقتصاد ملی ، می‌توان سرمایه گذاران خارجی را به مشارکت دربرنامه های خصوصی سازی تشویق کرد.

۸- همکاری منطقه ای در جهت تبادل آموخته ها و تجربیات و اتخاذ سیاستهای همسو و هماهنگ ، کارآیی برنامه های خصوصی سازی‌وهمچنین توسعه‌بازارهای منطقه ای راافزایش خواهد داد.

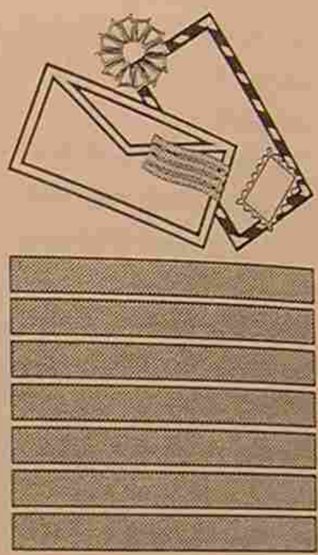
۹- استفاده درست وبه موقع از ظرفیت‌های حرفه ای و مشاوره‌ای موجود دربازارهای ملی و بین المللی و همچنین ارائه کمکهای فنی بایسته موجب تسهیل و تسریع فرایند خصوصی‌سازی‌خواهد شد

۱۰- هیاتهای نمایندگی جمهوریهای آسیای میانه ، آذربایجان و افغانستان دستاوردهای سه کشور ایران ، ترکیه و پاکستان در زمینه خصوصی سازی را مورد توجه دقیق قراردادند . هیاتهای مذکور متفقاً برضرورت گسترش دامنه بحث و تبادل نظر، مبادله اطلاعات و تجربیات با یکدیگر تاکید ورزیدند . در همین ارتباط، شرکت کنندگان سمینار معتقد بودند که دولتهای ایران ، ترکیه و پاکستان می توانند تا سرحدامکان از نظر فکری و مشاوره‌ای به دیگر کشورهای عضو اکو در پیشبرد برنامه های خصوصی سازی کمک کنند.

۱۱- کلیه شرکت کنندگان درسمینار مراتب تشکر و قدر دانی خود را به خاطر مهمان‌نوازی گرم و برگزاری خوب و شایسته سمینار به دولت و بانک توسعه صنعتی ترکیه ،بانک توسعه اسلامی و نیز سازمان اکو به خاطر مشارکت فعال در برگزاری سمینارابرازداشتند.آنها همچنین ازسخنرانان بانک توسعه بین المللی ، بانک جهانی ، سازمان اسکاپ،اتحادیه اروپا و اتاق اکو به خاطر شرکتشان در سمینار قدردانی بعمل آوردند .

۱۲- شرکت کنندگان در سمینار ضمن اعلام مراتب خوشنودی و رضایت خود از نتایج سمینار از دبیرخانه اکو درخواست کردندزمینه برگزاری سمینارهای مشابهی رابا همکاری و مشارکت سازمانهای منطقه ای و بین المللی و بخش خصوصی با هدف بهبود بخشیدن به برنامه های خصوصی سازی واقدامات مربوط به آزادسازی اقتصاد کشورهای عضو فراهم آورد. □

نامه های رسیده



ویژگی‌های اصلی فرش ایران

بحثی پیرامون مقاله انتقادی "چراکیفیت وارزش دلاری فرش چنین سقوط کرده است؟"

تجزیه وتحلیل جالبی در شماره ۵ "نامه اتاق بازرگانی" به چاپ رسیده بود که نگاهی به سقوط قیمت دلاری فرش در بازار جهانی داشت.

توضیحات تکمیلی زیر به منظور شکافتن بیشتر موضوع مورد بحث تنظیم شده است.موضوع سقوط قیمت فرش تابع چند متغیر است که نویسنده سعی می‌کند ذیلا به آنها اشاره کند.قبل از هرچیز باید گفت که دریک کارهنری پرکاری صرف هیچگونه تضمینی برای اصالت آن محسوب نمی‌شود. در مرحله اول: موضوع مورد نظر هنرمند است ،دوم طرز بیان وروش ویاطرز ارائه آن است. سوم:تطابق ابزار به کار گرفته شده بااصل موضوع است که کارهنری ملهم از آنست ،و،در مرحله آخر،ریزه کاریهای مناسب با موضوع هنری مطرح است که به آن اصالت می‌بخشد.ابتدا هنرمند باید این سؤال را از خود بکند که منظور من ازارائه این طرح چیست؟دوم دراین طرح کدام قسمت باید وزن بیشتری داشته باشد؟ سوم کدام اندازه،رنگ ویامشخصات دیگر برای بیان بهینه اهداف فوق مناسب است؟چهارم در تمامی موارد مخاطب این کارهنری چه اشخاص ویاگروهی هستند؟ نهایتا"ابزار خبرگی دربیان ریزه‌کاریها تا چه حدضروری‌است؟نگاهی به‌پارامترهای فوق آشکار می‌سازد که درچهار مرحله اول کارهنری بیشتر به تفکر ونگرش عمیق تکیه دارد تابه کاربدنی وفقط مرحله پنجم است که کاربدنی مطرح می‌شود. آنچه در هنرفرش اتفاق افتاده است اینست که اخیرا" تعدادی هنرمندنما در سرتاسر ایران به ویژه نقاط شهرنشین اکثر این نکات را زیرپا گذاشته‌اند وفقط به رج تکیه کرده‌اند.

مثلا" در استفاده از رنگها،رنگ کرم نیلی،طوسی ویاموشی مدشده است که این رنگها را خارجیان غمگین نامند واصولا" آنها را رنگ ایرانی تلقی نمی‌کنند وخود ایرانیها هم استفاده از این رنگها را علیرغم میل باطنی خود نوعی مدرن‌گرائی می‌پندارند. درطرحها به همین طریق استفاده ازگل بارنگهای آبی درخشنده ویاسیاه پرکلاغی نوعی دیگر از این تهاجم است. دراستفاده از تصاویر وگلها عده‌ای که حتی متاسفانه گاهی اوقات جنجال زیادی در رابطه با هنرمندی خود به‌پا کرده‌اند و تصاویری مقتبس از اسطوره‌های چینی ویااروپائی بعنوان مینیاتور ایرانی وارد کرده‌اند و استفاده‌کنندگان از این طرحها باافتخار می‌گویند که این طرح فلان استاد است درحالیکه ربطی به فرهنگ ایرانی ندارد. وقتی به یک بافنده ویا یک فروشنده فرش روبرو می‌شویم حرف ازکیفیت که به میان می‌آید بلافاصله می‌گوید: نگاهی به پشت فرش بینداز عجب فرشی است! در حالیکه خریدار نمی‌خواهد ازپشت فرش که منظور همان رج است استفاده کند. رخ فرش مهم است.رنگ فرش،اندازه فرش حاشیه‌ها وتطابق آنهابااصل موضوع وقدرت تداعی منبع الهام مهم است . یک نفرخارجی وقتی فرش ایران راخریداری می‌کند می‌خواهد طرح ورنگ واندازه ورج جملگی بگویند که ماایرانی هستیم نه اینکه بگوید آنقدر دقت (بی‌مورد) دراین فرش به کاررفته که گویاباماشین بافته شده است.

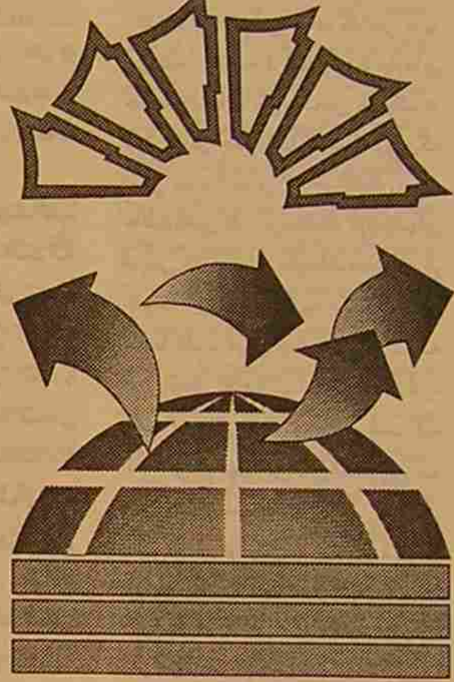
تقریبا" اکثرخریداران فرش ایرانی رنگهای لاکی اصیل کاشان ویاقرمز دانه مشهد وقرمز سوخته استان فارس ویا قرمزمایل به صورتی فرشهای اطراف ملایر رابربقیه رنگها ترجیح می‌دهند. نقشه‌های هندسی ساده وگاهی هم پیچیده، درحاشیه فرشها وتعداد نوارهای حاشیه وانتخاب طرح خاص هریک در ارزش فرش بسیارموثراست. امروز یک فرش تبریز۶ متری ۴ یاحداکثر۵ ردیف حاشیه‌بندی دارد درحالیکه درفرشهای قدیمی دوبرابراین‌رقم‌حاشیه‌داشت . در حقیقت این موضوع خود یکی از علل سقوط قیمت فرش ایران است. اگر به فرش بیجار نگاه کنیم ازنظر تعداد گره وغیره نشانگر زحمت زیادی است که بافندگان درتولید آن می‌کشند ولی به علت حاشیه ضعیف فروش آن مشکل است ،امادرفرشهای بلوچ که فقط از دویاسه رنگ استفاده می‌شود(معمولا" لاکی وسیاه وگاهی هم کرم) منتها با حاشیه‌های زیبا و متعدد، فروش آن بسیار آسان است.فرش بلوچی که رنگ کرم داشته باشد محبوبیت کمتری دارد در فرشهای استان فارس مخصوصا" گبه که هم‌اکنون مدشده است،اصالت وخلاقیت فردی هویداست وخود باعث شهرت این فرش شده است. این برخلاف عقیده عده‌ای است که فکر می‌کنند محبوبیت گبه به علت ارزانی است.

خلاصه اینکه علت سقوط قیمت فرش ایران تنزل کیفیت هنری وپیمودن مسیری‌است‌که‌نشانگرسیرروندانحطاطی یعنی انتقال ازتفکر به کاربدنی صرف است.

تمامی این نکات، به کنار،عدم ثبات در قوانین یک عامل سقوط بازار صادراتی این کالاست. هنگامی که خریداران فرش به هیچ وجه نمی‌توانند روی کالا باهزینه پیش‌بینی شده حساب کنند،تنزل قیمت فرش ادامه خواهد داشت ،ومیدان رابرای رقبای فرش‌ایران به نحوبسیارچشمگیری باز می‌کند. □

بهرام روان

اطلاعات تجاری



بازاریابی صادراتی برای شرکتهای کوچک

قسمت پنجم

قیمتگذاری و تشویق به خرید کالا

مقدمه

نیاز به گفتن نیست که قیمت یک کالا عامل مهمی در توانایی یک شرکت برای رقابت وفروش محصولاتش در بازار خارجی بشمار می‌رود. شما می توانید اطلاعات مربوط به قیمت کالای رقبای بالقوه را جمع‌آوری کنید،ولی البته برای قیمتگذاری صحیح کالای خود باید بیشتر فعالیت کنید، چراکه قیمتهای رقابتی ممکن است مواردی همچون هزینه‌های تبلیغات، بسته‌بندی وتغییر کیفیت کالا را در بربگیرد.

این فصل از کتاب با تشریح برخی شیوه‌ها به شما کمک می‌کند تا یک سیاست پایدار قیمتگذاری صادراتی را اتخاذ کنید .پس از مطالعهٔ این بخش، برداشت بهتری از برخی موارد به خاطر خواهید داشت که در تشویق وبسته‌بندی کالاهای صادراتی نیز به یاریتان خواهد آمد.

بهترین شیوهٔ قیمتگذاری کالا چیست؟

تاحد امکان سعی کنید اطلاعات کافی دربارهٔ قیمت کالای رقبای بالقوه کسب نمایید. اگر رقبا قیمتهای خود را منتشر می‌کنند، کتباً از آنها بخواهید تانسخه‌ای از فهرست قیمت کالایشان را برای شما ارسال کنند. این کار را باچند شرکت انجام دهید تا طیفی از قیمت کالای مشابه خودتان را بدست بیاورید. برای کالاهای مصرفی ، شاخص قیمت عمده فروشی و خرده فروشی خارج می تواند جزو منابع اطلاعاتی شما باشد.

دو شیوه برای قیمتگذاری یک محصول جدید صادراتی وجود دارد:

۱- می‌توانید قیمت داخلی کالای خود را باقیمت‌بازارهای خارجی هماهنگ کنید.

این رایج‌ترین شیوه است وسود مناسبی عاید فروشنده می‌کند. بدین ترتیب که شرکت قیمت داخلی کالا را درنظر گرفته وبه آن هزینهٔ حمل، بسته‌بندی، بیمه وسایر هزینه‌ها را می‌افزاید. این قیمت صادراتی است.

توجه: قیمت داخلی کالای یک شرکت ممکن است بیش از اندازه پایین باشد،که این امکان برای توزیع کنندهٔ خارجی فراهم می‌شود تا قیمت را بالا ببرد. همچنین،اگرکالاجدید باشد و با رقابت اندکی روبرو شود، قیمت کالایی که توزیع کنندهٔ خارجی مطالبه می‌کند ممکن بسیار زیادباشد. از طرف دیگر، اگر قیمت داخلی کالا نیز بالا باشد، برای صادرکننده دشوار است تا هزینهٔ توزیع کالای خود را به مشتری منتقل کند، و شرکت ممکن است به این نتیجه برسد که دادوستد در خارج عملی نیست.

۲- می‌توانید از رهیافت "قیمتگذاری حاشیه‌ای" استفاده کنید.

در بیشتر مواقع، نیمی از تمام صادرکنندگان از این شیوه استفاده می‌کنند. شرکتها، هنگام تعیین قیمت کالای صادراتی خود، می‌توانند با این شیوه قیمت رقابتی رادرنظر بگیرند. بدین ترتیب این امکان بوجود می‌آید تا سودآوری کالاهای صادراتی را جدا از کالاهای داخلی تجزیه وتحلیل کنند.

در این رهیافت، هزینهٔ مستقیم دست‌رفتهٔ تولیدوفروش محصولات بعنوان مبناء درنظر گرفته می‌شود که اگر شرکت زیراین قیمت کالای خود را بفروشد متضرر می‌شود. فروشنده سپس یک حاشیهٔ قیمت به آن می‌افزاید. غالب اوقات، این حاشیه به صورت درصدی از قیمت فروش محاسبه می‌گردد. هردلار مربوط به حاشیهٔ قیمت جزو سود یا هزینه‌های بالاسری بشمار می‌آید.

صادرکننده برای استفاده از این شیوه باید اطلاعات مربوط به قیمت کالای رقبای خارجی وموفقیت یاعدم موفقیت این سیاستهای قیمتگذاری را کسب کند. سپس شرکت قیمتهای صادراتی راکه در سطوح متفاوت تنظیم کرده با قیمتهای داخلی خود وقیمت رقبای خارجی مقایسه می‌کند. هدف ازاین کار تعیین قیمتی است که هم رقابتی باشد وهم سود قابل قبولی برای فروشنده به همراه بیاورد.

توجه : ولی به خاطر داشته باشید که این روش برای شرکتهایی که تولیداتشان منحصر به داخل می‌شود مناسب نیست. بلکه صادرکنندگانی باید از این شیوه استفاده کنند که مازاد ظرفیت داخلی دارند.

راه حل دیگر:

یک شرکت برای فروش محصول خود با قیمت رقابتی که سود مناسبی نیزعایدش کند می تواند از کیفیت یامقدار مواد مورد نیاز کالا بکاهد ویاآن را ساده کند. برای مثال، یک تولیدکنندهٔ آب‌نبات می تواند وزن هر آب‌نبات صادراتی را بطور جزیی کاهش داده وبرچسب بسته‌بندی را تغییر دهد.

اعتبار: وسیله‌ای قدرتمند برای فروش کالا در بازارهای خارجی

توانایی شرکت در اعطای اعتبار به خریدار خارجی می‌تواند عامل مهمی در فروش کالای صادراتی باشد. به این نمونه توجه کنید: یک شرکت اروپایی توانست درمناقصهٔ مقدار چشمگیر کابل آلومینیومی برنده شود. جالب اینجاست که قیمت اعلام شدهٔ شرکت مذبور بسیار بالاتر از رقیب آمریکایی او بود. عامل اصلی موفقیت این شرکت وام بزرگی بود که (باکمک دولتش) برای تامین مالی نصب سیمها در یک دورهٔ مشخص به خریدار داده بود.

در بسیاری از کشورهای دنیا(بویژه آمریکای لاتین)،اعتبار داخلی با نرخ بهرهٔ ۲۴ تا۳۶ درصد رایج است. درعین حال، بخش مهمی از معامله‌های کوچک از طریق اعتبار اسنادی و بروات زمانی صورت می‌گیرد. در هر دو نوع معامله، مشتری اعتبار۶۰،۹۰و۱۸۰ روزه دریافت می‌کند. اگر صادرکننده بخواهد با رقبای موجود در بازار روبرو شود، توجه به این شرایط بسیار ضروری است.

اطلاعات اعتباری را می توان از بانک محلی یاوابسته‌های بین‌المللی آن (معمولاً به طوررایگان) بدست آورد.

منبع جبران ضرر:

صادرکننده می تواند با دریافت بیمهٔ اعتباری خارجی خود را در برابر عدم اجرای تعهد پرداخت خریدار بیمه کند. این نوع بیمه (که در آمریکا دایر است) از شرکتهای بیمهٔ دریایی و حوادث ومشارکت بانک صادرات و واردات آمریکا تشکیل شده است. وظایف این شرکت در قالب برنامه‌های ویژه‌ای قرار دارد که عمدهٔ آنها حمایت از صادرکنندگان کوچک است.پوشش بیمه‌ای این شرکت هم بازرگانی است وهم سیاسی. پوشش بازرگانی شامل ورشکستگی خریدار یا عدم پرداخت وجه کالا در موعد مقرر می‌شود.این شرکت همچنین‌از صادرکننده در برابر عدم توانایی خریدار به سبب حوادث طبیعی مانند زمین‌لرزه، سیل و خشکسالی حمایت می‌کند پوشش سیاسی شامل‌اقدام دولتها و آشوبهای سیاسی مانند انقلاب یاجنگ است. بیمه‌نامه‌ها هم به صورت کوتاه مدت (تا۱۸۰ روز) وهم درازمدت (تا۵ سال) عرضه می شود. شرکت مذبور همچنین تمام کالاهای صنعتی، کشاورزی و بازرگانی وخدماتی راکه درآمریکا و برای صادرات عرضه می‌شود پوشش می‌دهد.

چگونه می‌توانید کالای خود را در بازار خارجی تبلیغ کنید؟

شما می‌توانید از نمایندگیها وتوزیع‌کنندگان خارجی خود برای تبلیغ محصولتان کمک بگیرید. ولی به خاطر داشته باشید که آنها کالاهای دیگری نیز برای فروش دارند و احتمالاً نمی‌توانند فعالیت فوق‌العاده‌ای برای کالای شما اختصاص بدهند، مگر آنکه به طور ویژه‌ای تشویق شوند یا انگیزهٔ بخصوصی داشته باشند.

یک صادرکننده چندین راه برای تبلیغ کالا پیش‌رو دارد.

● می‌تواند یک پیام تبلیغاتی برای فروشندگان خارجی ارسال کند که به زبان محلی ترجمه شود و با بازار آنجا سازگار باشد. بااین پیام مقداری پول برای جبران هزینه‌های تبلیغاتی نیز همراه کنید.

● می‌توانید کارهای تبلیغاتی خود را باکمک دست‌اندرکاران محلی که بازار را می‌شناسند انجام دهید. البته برنامه‌ریزی برای مبارزهٔ مؤثر تبلیغاتی دریک کشورخارجی کار دشواری است. برای اینکه این کار به نحو مطلوبی انجام شود شرکت باید به موارد زیر توجه کند:

- اطلاعات لازم را درمورد مقررات ومحدودیتهای تبلیغاتی دولت خارجی بدست بیاورید.
- روشها وسازمانهای مشخص را برای تبلیغ کالا انتخاب کنید.
- ببینید رقبای خارجی از چه شیوه‌هایی برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند.

سپس هریک را با توجه به اهمیت نسبی وهزینهٔ آن طبقه‌بندی کنید. کانالهای ارتباطی که باید مورد بررسی قرارگیرند عبارتند از: فروش شخصی، نمایشگاه، تشویق فروش کالا، تبلیغ درمجله‌ها، روزنامه‌ها، روی کارت پستالها، کارتهای اتوبوس، رسانه‌های جمعی وروابط عمومی مراکز گوناگون. یک شرکت همچنین می‌تواند محصولات صادراتی خود را در نشریات وزارت بازرگانی که در خارج توزیع می‌شوند تبلیغ کند.

بسته بندی: عنصر فروش بیصدا در صادرات

بسته‌بندی کالا تا حد زیادی روی مشتری اثر دارد. شما باید تلاش کنید تا بسته‌بندی کالای خود را باسلیقهٔ مشتری خارجی هماهنگ کنید ونوشته‌های روی برچسب ودستورالعملها را به زبان محلی برگردانید. در برخی مواردبین کار پرهزینه است. دراین صورت، آن را به قیمت کالا بیفزائید. هنگام طراحی بسته‌بندی برای حمل کالا به خارج وفروش آن، به خاطر داشته باشید که بسته‌بندی باید:

- محصول را درتمام شرایط گوناگون محکم نگهدارد- برای مثال، در کشتی یا هواپیما، ودر کانتینرهای تقریباً روباز.
- کالا را در شرایط آب وهوای بد حفظ کند.
- استفاده از آن برای خریدار آسان باشد اندازه وطراحی بسته‌بندی فوق‌العاده مهم است.
- توجه خریدار را به خود جلب کند. کالا را معرفی نماید وبه خریدار انگیزه‌ای برای خرید ارایه دهد. برچسب باید به پرسشهای زیر که در ذهن خریدار وجود دارد پاسخ بدهد: چه کسی چه چیزی را به چه کسی می‌فروشد؟

بسته‌بندی برخی ازکالاها باید به نحوی باشد که پیش از فروش نهایی نتوان آنها را دستکاری کرد. همچنین، دربرخی موارد بهتراست بسته‌بندی به نحوی تهیه شود که مجدداً مورد استفاده قرارگیرد. این نوع بسته‌بندی خریدار را به خرید کالا تشویق می‌کند.

اگر قرار باشد کالا به صورت فله، درمقادیر کوچک یا کشتی‌های کانتینردار حمل شود، شرایط بسته‌بندی تغییر خواهد کرد. از آنجا که بسته‌بندی کالا باید مطابق با بازارهای خارجی تهیه شود، صادرکنندهٔ تازه وارد بهتراست پیش از تصمیمگیری در مورد شکل بسته‌بندی تحقیقات لازم را انجام دهد. شرکتهای کوچک دراین مورد می‌توانند از نمایندگیهای فروش خود در خارج که تجربه وتخصص کافی دارند بهره بگیرند. از آنجا که این نمایندگیها نقش مهمی در فروش کالا ایفا می‌کنند، توصیهٔ برخی کارشناسان به صادرکننده اینست که باید به نحوی بسته‌بندی کالا را تهیه کند که نمایندگیهای خارجی از آن خشنود باشند. □

معرفی کتاب

نام کتاب : بازاریابی کالاهای صادراتی
نویسندگان و مترجمان : غلامرضا خسرویان - علی بخشی‌زاده
تاریخ چاپ : ۱۳۷۴ (چاپ اول)

کتاب "بازاریابی کالاهای صادراتی" برگردان چرخ و تعدیل شدهٔ مطالب تدریس شده در دورهٔ بازاریابی بین‌المللی و مدیریت صادرات است که توسط سازمان مدیریت صنعتی وبا همکاری مرکز تجارت جهانی وابسته به سازمان ملل و آنکتاد -گات برگزار شده است.

این کتاب با بررسی لزوم صادرات توسط کشورها و شرکتها و باتوجه به وابستگیهای موجود در سطح جهانی در خصوص تکنولژی، مقررات و غیره گام به گام چگونگی انجام صادرات را پیگیری کرده و به مقولاتی چون بازاریابی، انعقاد قرارداد، شرایط حاکم به بازرگانی جهانی، تأمین مالی صادرات و شرایط و شیوهٔ پرداخت وکلیهٔ مسائل مربوط به صادرات می‌پردازد. در این زمینهٔ حتی از بررسی مسائل جزئی نیز دریغ نشده است و در واقع یک راهنمای خوبی برای کسانی است که قدم به بازار صادرات می‌گذارند.

اطلاعیة

قابل توجه متقاضیان محترم کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

با تشکر از استقبال بی‌سابقهٔ شما برای دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق، اشعار میدارد که متاسفانه اخیراً مشاهده می‌شود تعدادی مؤسسه غیررسمی و افراد خاصی با انتشار آگهی در روزنامه‌های یومیه به خلاف خود را بعنوان کارگزار دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق معرفی مینمایند.

بنابراین بدینوسیله به اطلاع کلیهٔ مسئولین محترم شرکتها و مؤسسات بازرگانی، صنعتی، معدنی، خدماتی کشور میرساند:

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران "خانهٔ" عاملین محترم اقتصادی کشور است و حضور آنان و یا کارکنان رسمی تابعه در اتاق موجب مسرت خاطر مسئولین و کارکنان اتاق میباشد و از آنجاکه واگذاری دریافت کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق بدین شکل به مؤسسات و اشخاص غیررسمی خلاف بوده و نیز برای متقاضیان محترم موجب انجام هزینه‌های زائد میشود. اتاق با ایجاد تسهیلات لازم آماده است صدور کارت بازرگانی و کارت عضویت اتاق را در اسرع وقت و بدون هرگونه مانعی طبق ضوابط سهل صادر نماید و از پذیرفتن نمایندگی‌های غیررسمی معذور میباشد.

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

آشنائی با کشور برونئی

وسعت برونئی ۵۷۶۵ کیلومتر مربع وجمعیت آن ۲۸۰ هزارنفر می‌باشد. نام پایتخت "بندر سری بگاوان" ونوع آب وهوا، مرطوب واستوایی باحد متوسط ۲۸ درجه سانتیگراد است.

مهمترین شاخصهای اقتصادی- اجتماعی این کشور به شرح زیر است:

درآمدسرانه	بیش از۱۸ هزاردلارآمریکا
صادرات	۲/۶ میلیارددلار(فقط نفت وگاز)
واردات	بیش ازیک ونیم میلیارددلار
نرخ تورم	۲/۵ ٪
واحدپول	دلاربرونئی (۱/۴۵ دلاربرونئی برابر بایک دلارآمریکاست.)
رشدجمعیت	۳٪ درسال
مذهب رسمی	اسلام

واردات

باتوجه به اینکه برونئی کشوری غیرصنعتی ودرحال توسعه است، جدای از نفت وگاز که تنها منبع اقتصادی این کشور است، بقیه مایحتاج کشور اعم ازمواد غذائی - پوشاک - ماشین آلات صنعتی - تکنولوژی - انواع کارخانجات وطرحهای زیربنائی - مصالح ساختمانی - دارو- لوازم منزل - انواع نوشابه‌های غیرالکلی - آب آشامیدنی - خدمات فنی واجتماعی - نیروی انسانی و... از خارج ازکشور تامین می‌شود.

کشورهای واردکننده عمده به برونئی به ترتیب شامل؛ سنگاپور،ژاپن ،آمریکا،کره ،تایوان وبرخی کشورهای اروپائی هستند. واردات این کالاها غالباازطریق بخشهای خصوصی برونئی که شامل چند شرکت تجاری وچند فروشگاه بزرگ زنجیره‌ای است انجام می‌گیرد. اغلب مواد غذائی ، پوشاک ،میوه وسبزیجات از کشورهای آسه آن تامین می‌شود. واین به دلیل نزدیک بودن این کشورها به برونئی وارزان بودن هزینه حمل آن است که توسط کشتی صورت می‌گیرد، ضمنا" باتوجه به جمعیت محدود این کشور، شرکتهاو فروشگاههای واردکننده غالبا کالا را در حجم کم وارد میکنند.

نمایشگاه

علاوه براین سالانه سه یاچهارنمایشگاه بین‌المللی‌از طرف کشورهای آسه آن وبعضا حضور کشورهای هند، ایران و پاکستان برگزار می‌گردد که تجار کالاهای خود را دراین نمایشگاه مستقیما به فروش می‌رسانند مجری این نمایشگاهها اغلب شرکتهای سنگاپوری یا مالزیایی هستند و درکشور برونئی نهاد خاصی جهت برگزاری نمایشگاه وجود ندارد. لذا جهت شرکت دراینگونه نمایشگاهها باید با کمپانیهای مجری که غالبا در خارج از برونئی هستند تماس گرفت.

برخی شرکتهای تجاری خارجی نیز درطول سال اقدام به برگزاری نمایشگاههای‌اختصاصی میکنند که بدین منظور باید اقدامات زیر را انجام داد:

۱- پیداکردن محل مناسب جهت نمایشگاه
۲- اخذ مجوز ورودکالا از وزارت کشور برونئی
۳- اخذ مجوز برپایی نمایشگاه از"واحد طرح و برنامه اقتصادی" برونئیE.P.U

مدت این نمایشگاه می‌تواند بین یک تادوهفته باشد، ضمنا می‌توان بایکی از فروشگاههای زنجیره‌ای تماس گرفت واخذ مجوز از وزارت کشور و E.P.U رابه عهده اوگذاشت و در قسمتی از فروشگاه، نمایشگاهی دایر نمود،اما هزینه این نوع نمایشگاه معمولا بسیار بالا است .

مهمترین مسئله برای نمایشگاه اختصاصی پیدا کردن یک محل مناسب است و اخذ مجوز از هردو نهاد بالا می‌تواند همزمان باترخیص کالا صورت گیرد.

سیستم مالیات

برخلاف بسیاری از کشورها میزان تعرفه گمرکی دربرونئی بسیار پائین است ومعمولا این مالیات براساس قیمت اعلام شده ازطرف واردکننده اخذ می‌گردد. جدول برخی از کالاها به شرح زیر است:

نوع کالا	تعرفه
فرش ومنسوجات	۱۰٪
لوازم الکتریکی	۲۵٪
مبلمان	۱۰٪
صنایع دستی	بدون مالیات
مواد غذائی	۱۰٪

درصورتیکه کالایی واردکشور شود و فروخته نشود، ۹۰٪ از مالیات گرفته شده قابل برگشت است. البته به شرط خروج کالا از کشور و ارائه بارنامه خروج . که این پروسه معمولا چند ماه بطول می‌کشد.

نام و خصوصیات کالاهای ایرانی جهت صدور به برونئی :

۱- فرش : فرش مناسب برای برونئی باید دارای خصوصیات زیر باشد:
الف : رنگ روشن با گلهای زیبا ودرشت
ب : نداشتن تصویرانسان یاهرحیوانی روی آن که ازدیدگاه مردم این کشور حرام است.
ج: اندازه ۹ و ۶ و ۱۲ متری و یا قالیچه‌های کوچک
د: قیمت بین ۵۰۰ تا حداکثر ۲۰۰۰ دلار برونئی
ه باتوجه به قیمت بالا،فرش ماشینی ودست باف هردو قابل عرضه است .
۲- پسته :بابسته‌بندی قوطی وداشتن تاریخ مصرف
۳- خرما:دربسته های یک کیلویی یانیم کیلوئی باداشتن تاریخ مصرف
۴- مبلمان :حداکثر تاسقف ۵۰۰۰ دلار
کیف وکفش چرم، انواع لوستر، لباس ورزشی، انگشتری و تسبیح ، صنایع دستی وگلیم،صنایع شیشه، میوه (سیب و پرتقال درصورت بستن قرارداد قبلی بایکی از تجار برونیائی).

خطوط پروازی

۱- تهران - مالزی - برونئی (بندرسری بگاوان)
۲- تهران - دبی - برونئی (بندرسری بگاوان)
۳- تهران - مالزی - سنگاپور- برونئی (بندرسری بگاوان)

وسیله حمل
۱- خطوط هواپیمائی
۲- خطوط کشتیرانی تابندرموارا Muaraبرونئی

هتل

نام هتل وتلفن	قیمت به دلار برونئی
۱- هتل ترس ۹-۲۴۳۵۵۳	۸۰ دلار
۲- عبدالرزاق آپارتمان ۲۴۱۵۳۶	۱۲۰دلار(هتل آپارتمان)
۳- هتل ریورویو۲۳۸۲۳۸	۱۲۵دلار
۴- هتل شرایتون ۲۴۴۲۷۲	۱۷۰ تا۲۰۰ دلار

کدبرونئی: ۰۰۶۷۳۲

لیست برخی از واردکنندگان عمده همراه آدرس وتلفن به شرح پیوست است:

1) Ben Foods (B) Sdn BHD
Tel :(02) 650577
Fax :(02) 651072

2) East Asiatic Co (B) Sdn Bhd
Tel:(02) 427525
Fax:(02) 427526

3) Handsome Entreprise
Tel:(02) 421245
Fax:(02) 420278

4) Hong Guan (Koon Kee)
Tel:(02) 443831
Fax:(02) 227593

5) Hua Chiong Co
Tel:(02) 443831
Fax:(02) 443832

6) Jasra Harrisons Sdn Bhd
Tel:(02) 242361
Fax:(02) 226203

7) Overseas Co Sdn Bhd
Tel:(02) 429138
Fax:(02) 428550

8) Yaohan Supermarket
Tel:(02) 241646
Fax:(02) 241528

سفارت جمهوری اسلامی ایران - برونئی
بخش اقتصادی

مأخذ: گزارش ارسالی از دفتر هماهنگی‌های اقتصادی و استراتژیک وزارت امور خارجه

نگاهی گذرا به غرب سوئد

غرب سوئد منطقه‌ای است که ۹۰ درصد از صنایع سنگین وبسیاری دیگر از صنایع پیشرفته را درون خود جای داده و مکان مناسبی برای عرضه کالاهای ایران وهمکاری و انتقال تکنولوژیکی است. غرب سوئد در مرکز کشورهای اسکاندیناوی واقع است ونقطه برخورد تمدنهای اروپای مرکزی باکشورهای فوق است.

دراین محل بودکه سوئدیها برای نخستین بار دین مسیح را پذیرفتند. مساحت غرب سوئد برابر با۴۷/۵ هزار کیلومتر مربع است و مرکز آن شهر گوته برگ است که با تمامی پایتخت اسکاندیناوی از طریق و زمینی مرتبط می‌شود و دارای تأسیسات بندری، تخلیه وبارگیری و انواع تسهیلات حمل ونقل می‌باشد و۵۰ درصد از مجموع کشتی‌های سوئد از نظر بار از این بندر تغذیه می‌شوند.

دراین ناحیه از غرب اروپا، تراکم ترافیک ناشناخته است و از نظر طبیعی پرآفتاب ترین نقطه اروپاست. درجه حرارت نسبتاً مطبوع است و نزدیک به پانصد موسسه معروف بین‌المللی از جمله تویوتا،سیبا،کایگی، هوخست، یاماها در آنجا مستقر هستند.

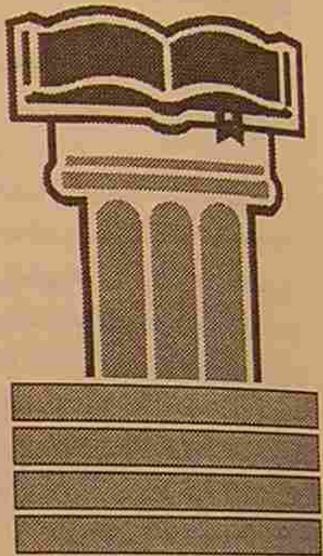
از نقطه نظر دانشگاهی وضع طوری است که نیروی انسانی ورزیده ومتخصص مورد نیاز صنایع پیشرفته به راحتی در دسترس کمپانیها وتولیدکنندگان صنعتی می‌باشد.

مجموعه تسهیلات وسطح تکنولوژی دراین ناحیه ازسوئد، دلائل خوبی برای برگزاری یک نمایشگاه ویژه از کالاهای ایران(صنعتی‌وسنتی) درفصل مناسب می‌باشد. همچنین ارتباط مستقیم بااتاق بازرگانی وباشورای صادرات(که درحقیقت برای واردات هم فعالیت می‌کند) مفید به نظر می‌رسد.

مأخذ: نشریه غرب سوئد قلب اسکاندیناوی

ازامور بین الملل اتاق ایران

قوانین و مقررات



دستورالعمل بانک مرکزی درخصوص پرداخت جایزه ریالی واخذ جریمه تاخیر بابت تسویه تعهدنامه‌های ارزی صادراتی

پیرو اطلاعیه مندرج درصفحه ۱۳۰ نامهٔ اتاق بازرگانی مربوط به خردادماه سال ۱۳۷۴ تحت عنوان "دستورالعمل بانک مرکزی درخصوص نحوهٔ خرید ارز حاصل از صادرات وتسویه تعهدنامه" اینک بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی بخشنامه شماره ۶۰/۱۰۸۹ مورخ ۷۴/۶/۲۵ خطاب به بانک‌های عامل دستورالعمل پرداخت جایزه ریالی واخذ جریمه تاخیر بابت تسویه تعهدنامه‌های ارزی صادراتی را ابلاغ کرده است. جهت اطلاع بیشتر صادرکنندگان متن بخشنامهٔ مذکور عیناً به شرح زیر درج می‌گردد.

"پیرو بخشنامه شماره ۶۰/۱۰۳۴ مورخ ۷۴/۲/۳۰ در رابطه باتبصره ۴ بند۱- ب وبند۱- د بخشنامه مزبور جهت پرداخت جایزه ریالی واخذ جریمه تاخیر بابت تسویه تعهدنامه‌های ارزی صادراتی موارد ذیل باطلاع می‌رسد، خواهشمند است مقرر فرمائید مراتب به شعب ذیربط ابلاغ وبرحسن اجرای آن نظارت فرمائید.

الف) جایزه ریالی

۱- جایزه ریالی به صادرکنندگانی تعلق می‌گیرد که از تاریخ ۷۳/۱۱/۱۵ اقدام به صدور کالا نموده وقبل از انقضای مهلت مقرر تسویه تعهدنامه ارزی نسبت به واریز آن درقبال فروش ارز اقدام نموده ویا نمایند.

۲- نرخ قابل محاسبه برای پرداخت جایزه ریالی براساس نرخ سود تسهیلات اعطائی بانکهابه بخش صادرات درزمان فروش ارز خواهد بود.

۳- جایزه ریالی به تناسب مهلت قانونی تسویه تعهدنامه ارزی وتاریخ فروش ارز وبه صورت روزشمار محاسبه گردد.

۴- پس از فروش ارز توسط صادرکننده وارائه درخواست دریافت جایزه ریالی محاسبات درقبال اخذ نسخه اول اعلامیه خریدارز وبراساس مفاد بند۲ فوق‌الذکر انجام وتوسط آن بانک به ذینفع پرداخت گردد.

۵- جهت دریافت مبالغ پرداخت شده از این بانک،نسخ اول اعلامیه‌های خرید ارز بهمراه فهرست پیوست به‌صورت هفتگی تهیه وبه این اداره ارسال گردد. این اداره نیزپس از بررسی مدارک ارسالی نسبت به واریز وجه به حساب آن بانک اقدام خواهد نمود.

۶- مدت قابل محاسبه برای پرداخت جایزه ریالی به صادرکنندگانی که با استفاده از ارز قبل از صادرات اقدام به صدور کالا می‌نمایند حداکثر مهلت مقرر پیمان مربوطه خواهد بود.

ب)جریمه تاخیر

۱- نرخ قابل محاسبه برای اخذجریمه تاخیر براساس دوبرابر نرخ تسهیلات اعطائی بانکها به بخش صادرات درزمان فروش ارز یاورود کالا درمقابل صادرات خواهد بود.

۲- جریمه تاخیربه تناسب تاخیر درتسویه تعهدنامه ارزی وروزفروش ارزوبه‌صورت روزشمارمحاسبه گردد. درصورتی که قسمتی از تعهدنامه قبل ازسررسید و مابقی بعد از سررسید تسویه گردد تنها آن قسمت از تعهدنامه که بعداز سررسید ومابقی بعد از سررسید تسویه گرددتنها آن قسمت از تعهدنامه که بعد از سررسید تسویه گردیده مشمول جریمه تاخیر می‌گردد.

تبصره:تعهد نامه‌هائی که درقبال واردات کالا تسویه می‌گردد ملاک روز تسویه تاریخ ورود کالابه کشور می‌باشد که درصورت تاخیر در ورودکالا جریمه تاخیر اخذ گردد.

۳- جهت واریزوجوه دریافت شده به حساب این بانک، نسخ اول اعلامیه‌های خرید ارز به همراه فهرست پیوست به صورت هفتگی به این اداره ارسال ووجه آن طی سندی به حساب جاری شماره ۱۰۶۰۶/۲۶ بنام اداره سیاستها ومقررات ارزی تحت عنوان "دریافت جرایم تاخیر از صادرکنندگان "نزد اداره معاملات ریالی این بانک واریز گردد ویاطی نامه‌ای باامضاءهای مجاز به اداره معاملات ریالی اجازه برداشت از حساب آن بانک جهت واریز به حساب فوق‌الذکر داده شود (رونوشت نامه به انضمام مدارک اشاره شده به این اداره ارسال گردد.)

۴- ضمناً "قسمت الف تعهدنامه ارزی صادرات کالا پیوست بخشنامه فوق‌الذکر جمله "درغیراین‌صورت مشمول تعقیب قانونی مذکور درقانون ..." بدین‌شرح اصلاح گردد" درغیراین‌صورت علاوه برپرداخت جریمه تاخیر مقرر،مشمول تعقیب قانونی مذکور در قانون..."

تذکر:

بدیهی است اخذ جریمه تاخیر،مجوز برای تمدید مهلت تسویه تعهدنامه ارزی نبوده وآن بانک موظف است به محض انقضای مهلت قانونی تسویه تعهدنامه ارزی موضوع راجهت وصول عین ارز وجرایم تاخیر از طریق مراجع قضائی ذیربط پیگیری نماید."

تصویب نامه هیات وزیران درخصوص کارت‌های مسافری مناطق آزاد

هیأت وزیران درجلسه مورخ ۱۳۷۴/۵/۱۸ تصویب نامه شماره ۴۵۵۵۸/ت۱۴۶۷۲هـ را به شرح زیر تصویب کرد:

۱-کلیه کارت‌های مسافری مناطق آزاد که تاکنون صادرشده وازآنها دربدو ورود به کشوراستفاده شده باطل می‌شود و کارت‌های صادرشده جدید نیز از تاریخ تصویب این تصویب نامه تنها به نام شخص مسافر قابل استفاده می‌باشد و واگذاری آنها به غیراعم از فردی یاجمعی ممنوع است.هرکالایی که به صورت جمعی وبه نام غیرمسافرباشدوبدون مجوز ورود وزارت بازرگانی وارد شده وحقوق گمرکی وسود بازرگانی آن پرداخت نشده باشد،قاچاق محسوب خواهد شد.

۲-باتوجه به این که مطابق قانون، مسافران مناطق آزاد تنها یک باردرسال می‌توانند از معافیت مسافری استفاده کنند،گمرک ایران موظف است ترتیبی اتخاذکند تا هرمسافر درسال تنها یک بار از معافیت مذبور بهره‌مند گردد.

عدم نیاز به مجوز وزارت بازرگانی برای صدور کرک خام بزی وکرک بزی...

ادارهٔ کل مقررات صادرات وواردات وزارت بازرگانی طی نامه شماره ۹۱۲۶۷۳ مورخ ۷۴/۶/۱ خطاب به دفتر امورصادرات گمرک ایران اعلام داشته است که صدور کرک خام‌بزی وکرک‌بزی شسته شده وموکشی شده بادست یاباماشین نیاز به مجوز این اداره نخواهد داشت.

از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان

قیمت فروش کالاهای تولیدی و وارداتی در مردادماه ۷۴ اعلام شد

هیات تعیین وتثبیت قیمت‌های سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان وزارت بازرگانی قیمت‌های فروش کالاهای تولیدی ووارداتی در مردادماه سال ۱۳۷۴ را درسطوح تولیدکننده، واردکننده،عمده‌فروش ومصرف‌کننده اعلام کرد. این کالاها به طورعمده عبارتنداز:وش پنبه،پنبه محلوج، خودکار،سمعک پشت گوشی،کولرآبی وگازی وپرتابل،آبمیوه‌گیری، چرخ گوشت، یخچال،فریزر،یخچال فریزر،ماشین لباسشویی،الکتروموتور،تلویزیون رنگی وسیاه وسفید،داروهای دامی،وسایل پزشکی ولوازم بیمارستانی ومواد شیمیایی،دارویی،بهداشتی وآزمایشگاهی.

برای نمونه، قیمت فروش پاره‌ای از اقلام از سوی سازمان مذکور به شرح زیراعلام شده است.

قیمت مصوب به ریال

ردیف	نام‌کالا	مشخصات ونوع‌بسته‌بندی	واحد	تولیدکننده یاواردکننده	عمده‌فروش	مصرف‌کننده
۱	وش‌پنبه	رقم‌یک ممتاز	کیلوگرم	۱۷۵۰	-	-
۲	وش‌پنبه	رقم‌یک خوب	کیلوگرم	۱۷۲۰	-	-
۳	وش‌پنبه	رقم‌یک سفید	کیلوگرم	۱۶۹۰	-	-
۴	پنبه‌محلوج	رقم‌یک‌ممتاز	کیلوگرم	۵۲۵۰	-	-
۵	پنبه‌محلوج	رقم‌یک خوب	کیلوگرم	۵۲۰۰	-	-
۶	پنبه‌محلوج	رقم‌یک سفید	کیلوگرم	۵۱۵۰	-	-
۷	مکمل‌درمانی ویتامین R۳ حاوی ده‌گرم‌مادهٔ‌موثره درهرکیلوگرم‌مکمل در بسته‌های ۲۵کیلویی با کاغذکرافت وپوشش پلی‌اتیلن		کیلوگرم	۹۵۰	۱۰۴۵	۱۱۵۰
۸	مکمل درمانی‌ویتامین E حاوی۱۱گرم‌ماده‌موثره درهرکیلوگرم‌مکمل دربسته‌های ۲۵کیلویی باکاغذ کرافت وپوشش پلی اتیلن		کیلوگرم	۹۱۰	۱۰۰۰	۱۱۰۰
۹	سمعک پشت‌گوشی AM260PR			۱۵۰۰۰۰	-	-
۱۰	سمعک پشت‌گوشی AM34			۱۴۰۰۰۰	-	-
۱۱	کولرآبی مدل ۷۰۰۰ باالکتروموتور $\frac{۳}{۴}$اسب			۴۶۲۵۰۰	۴۷۶۴۰۰	۵۱۰۰۰۰
۱۲	کولرآبی مدل ۶۵۰۰باالکتروموتور$\frac{۱}{۲}$اسب			۴۲۸۰۰۰	۴۴۰۸۵۰	۴۷۱۷۰۰
۱۳	کولرآبی مدل ۳۵۰۰و۳۰۰۰ باالکتروموتور $\frac{۱}{۲}$			۳۰۵۸۰۰	۳۱۵۰۰۰	۳۳۷۰۰۰
۱۴	کولرپرتابل مدل۲۵۰۰باالکتروموتور$\frac{۱}{۸}$			۲۳۴۶۰۰	۲۴۱۶۵۰	۲۵۸۵۰۰
۱۵	کولرپرتابل مدل ۱۵۰۰با الکتروموتور $\frac{۱}{۸}$			۲۰۰۷۰۰	۲۰۶۷۰۰	۲۲۱۲۰۰
۱۶	آبمیوه‌گیری باآسیاب ومخلوط‌کن		دستگاه	۲۱۱۵۰۰	۲۱۷۸۰۰	۲۳۳۰۰۰
۱۷	چرخ‌گوشت مدل ۸۰۰		دستگاه	۲۵۵۰۰۰	۲۶۲۶۰۰	۲۸۱۰۰۰
۱۸	کولرگازی مدل ۲۴۰۰۰ با الکتروموتور$\frac{۱}{۲}$اسب		دستگاه	۱۲۵۰۰۰۰	۱۲۸۷۵۰۰	۱۳۷۷۵۰۰
۱۹	کولرگازی‌مدل ۱۸۰۰۰باالکتروموتور $\frac{۱}{۴}$اسب		دستگاه	۱۲۰۰۰۰۰	۱۲۳۶۰۰۰	۱۳۲۲۵۰۰
۲۰	یخچال ۱۲ فوت		دستگاه	۶۹۰۰۰۰	۷۱۰۷۰۰	۷۳۴۰۰۰
۲۱	فریزر ۱۰ فوت		دستگاه	۷۰۰۰۰۰	۷۲۱۰۰۰	۷۷۱۰۰۰
۲۲	یخچال فریزر۱۲فوت		دستگاه	۷۸۰۰۰۰	۸۰۳۴۰۰	۸۵۹۰۰۰
۲۳	ماشین‌لباسشویی ۲۰۰۱		دستگاه	۸۶۶۰۰۰	۸۹۲۰۰۰	۹۵۴۰۰۰
۲۴	ماشین‌لباسشویی ۴۲۲۴		دستگاه	۱۰۷۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰۰	۱۱۷۷۰۰۰
۲۵	تلویزیون سیاه و سفید۱۴اینچ		دستگاه	۱۹۲۳۰۰	۱۹۸۰۰۰	۲۱۲۰۰۰
۲۶	تلویزیون رنگی ۱۴اینچ		دستگاه	۶۷۳۰۰۰	۶۹۳۰۰۰	۷۴۱۰۰۰
۲۷	تلویزیون رنگی ۲۱اینچ		دستگاه	۱۰۵۷۷۰۰	۱۰۸۹۴۰۰	۱۱۶۵۰۰۰
۲۸	تلویزیون‌رنگی۲۸ اینچ		دستگاه	۱۶۱۵۴۰۰	۱۶۶۳۸۰۰	۱۷۸۰۰۰۰

دستورالعمل بانک مرکزی درمورد نحوهٔ رسیدگی به پرونده‌های ارزی معوقه و پیگیری قضائی تخلفات ارزی صادرکنندگان

اداره سیاست‌ها ومقررات ارزی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی بخشنامه شماره ۶۰/۱۰۸۸ مورخ ۱۳۷۴/۶/۲۵ خطاب به بانک‌های عامل، دستورالعمل نحوهٔ رسیدگی به پرونده‌های ارزی معوقه وپیگیری قضائی تخلفات صادرکنندگان رابه شرح زیر ابلاغ کرده است:

باعنایت به دستورموکد مورخ ۷۴/۲/۳-۲۷۵/ هـ مقام محترم ریاست کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به مدیران عامل محترم بانکهای کشور ونیزپیروبخشنامه‌های شماره ۶۰/۱۸۴۲ مورخ ۷۱/۸/۱۰ و ۶۰/۲۱۰۶ مورخ ۱۳۷۱/۱۰/۲۷ درارتباط باتنظیم فرم پیمان‌نامه وبخشنامه‌های شماره ۶۰/۱۲۱۷-۷۳/۱۱/۹ و۶۰/۱۲۱۷ - ۷۳/۱۱/۲۴ و ۶۰/۱۰۳۴- ۷۴/۲/۳۰ در رابطه باتنظیم فرم تعهدنامه ارزی ونحوه پیگ... پرونده‌های ارزی معوقه،کلیه بانکهای کشورمستنداً به مواد۱۹ و۳۷ قانون پولی وبانکی ونیز براساس آئین‌نامه فصل پنجم قانون عملیات بانکی وتصویبنامه شماره ۸۸۵۲۸ مورخ ۶۱/۱۲/۱۷ هیات وزیران مکلفند جهت پیگیری قضایی تخلفات ارزی صادرکنندگان اقدامات معموله راطبق قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی مصوب ۷۴/۲/۱۲ مجمع تشخیص مصلحت نظام انجام واز نتیجه امراین بانک رامطلع نمایند. لهذا درجهت اجرای هرچه سریعتر وشایسته‌تر مراتب فوق بدینوسیله مقرر می‌گردد:

الف - شعب بانکهای اخذکننده پیمان یاتعهدنامه ارزی موظفند برای صادرکنندگان وضامنین آنها که درسررسید پیمان یاتعهدنامه ارزی به تعهد خود عمل ننموده‌اند اخطاریه لازم مبنی برایفای تعهدات حداکثر ظرف مدت یک ماه صادرنمایند.ودرصورت عدم تسویه ظرف مهلت اخطاریه،پرونده مربوط رابه ادارات حقوق خود ارسال تابلافاصله شکوائیه‌ای مطابق فرم پیوست تنظیم وتقدیم سازمان تعزیرات حکومتی نموده،رونوشتی از شکوائیه تنظیمی راجهت اطلاع به اداره حقوقی بانک مرکزی ارسال نمایند.

ب - نمایندگان قضایی بانک اقدام‌کننده از مرحله تحقیقات مقدماتی تا مراحل صدور حکم واجرای کامل آن می‌بایست نظارت وشرکت فعال داشته باشند.

ج - درصورتی که پیمانسپار یاضامن وی تاقبل از صدورحکم از سوی مرجع رسیدگی‌کننده تعهدات خود(معرفی عین ارزبامنشاء خارجی بعلاوه جریمه تاخیر مربوطه) را تسویه نماید،بانک شاکی فوراً نسبت به استرداد شکایت اقدام ونسخه‌ای از تسویه حساب مربوط رابه اداره بین‌الملل همان بانک جهت تهیه وارسال نوار مغناطیسی به این بانک، اقدام نماید.ضمناً رونوشت رفع تعهد به اداره حقوقی این بانک جهت آگاهی ازختم پرونده ارسال گردد.

د- کلیه اقدامات قضایی علیه پیمانسپاران وضامنین آنها صرفاً ازجنبه کیفری پیگیری شود وحتی المقدور ازارائه دادخواست حقوقی به دادگاههای عمومی خودداری گردد. لهذاتقدیم دادخواست حقوقی می‌بایست بامشورت اداره حقوق بانک مرکزی صورت گیرد.بدیهی است درصورت تایید لزوم تقدیم دادخواست حقوقی هزینه‌های مربوطه از طرف بانک مرکزی پرداخت خواهد شد.

هـ- چنانچه بانکهای تعقیب کننده پرونده از هرحیث به موانع حقوقی وقانونی برخوردنمایند،مراتب راسریعاً به اداره حقوقی این بانک اعلام تادرخصوص مسائل مستحدثه راهنمایی لازم معمول گردد.

و - ضمناً درصورت معرفی ضامن معتبر جهت اخذ تعهدنامه ارزی موضوع مفادبند۴-۵قسمت "ب" بخشنامه شماره ۶۰/۱۰۴۹ مورخ ۷۴/۴/۴ تعهدنامه‌ای مطابق فرم پیوست ازضامن اخذ وجهت پیگیریهای آتی ضمیمه تعهدنامه ارزی موجود درشعبه گردد.

شماره شکوائیه :
ریاست محترم سازمان تعزیرات حکومتی

تاریخ صدور:
احتراماً،

باستحضارمی‌رساند شرکت / آقای - خانم ________ به مدیریت / فرزند ________

به شماره شناسنامه صادره از دارای کارت بازرگانی شماره

شماره تلفن

اقامتگاه قانونی اعم از محل کار / محل سکونت ________

به استناد بند یک تصویبنامه شماره ۶۱۲۱۲/ت ۱۱۵۵۵ هـ مورخ ۷۴/۲/۲۷هیات محترم وزیران دراجرای بند۶ قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی مطابق مفاد تعهدنامه سپرده شده به بانک

شعبه ملزم به فروش ارز حاصل از صادرات به سیستم بانکی بوده‌اند.لکن اززمان انقضای سررسید تعهدنامه تاکنون هیچ اقدامی درجهت ایفای تعهد ارزی خود بعمل نیاورده‌اند. لذا باتوجه به بند۳ تصویبنامه فوق الاشاره خواهشمنداست ضمن اعمال تعزیرات حکومتی نسبت به محکومیت نامبرده / نامبردگان به استرداد عین ارز مورد نظر ونیز جریمه تاخیر مقرر دربند مذکور وهمچنین اعمال مادتین ۶۸و۶۸مکرر ق.آ.د.ک مبنی برصدور قرار تامین خواسته (براساس معادل ریالی ارز واریز نشده به بانکهای مجاز) اقدام قضائی لازم معمول فرمایند.درپایان استدعا دارد دستور فرمائید جهت تسریع دراحقاق حقوق بیت‌المال ازهرگونه اقدام وپیگیری قضائی این اداره رامطلع فرمایند.

ردیف	شماره تعهدنامه	تاریخ تعهد	مبلغ ونوع ارز	نوع کالا	مبدأ خروجی کالاازگمرک	اسامی ضامنین

بسمه تعالی

اینجانب
این شرکت

دارای شناسنامه شماره صادره از فرزند کارت بازرگانی شماره

امضاءکننده‌ذیل

به مدیریت دارای کارت بازرگانی شماره شماره ثبت شرکت

اقامتگاه قانونی: محل کار
محل سکونت

تلفن
تلفن

بعنوان ضامن باتوجه به شرایط مندرج در تعهدنامه ارزی شماره مورخ وطبق مقررات قانونی متضامناً متعهد وملتزم می‌گردم بعد از انقضای مهلت تسویه تعهدنامه به محض عدم ایفای تعهد توسط صادرکننده درمهلت مقرر وباصدور اولین اخطار مرجع ذیربط به اینجانب،بدون قید وشرط نسبت به واریز ارز وتسویه تعهد به هرمبلغ ارزی که بانک اعلام نماید اقدام نمایم وهرگونه حق اعتراض راازخود سلب می‌نمایم. ابلاغ اوراق ونامه‌های بانک به محل تعیین شده فوق،ابلاغ قانونی می‌باشد.

امضاءضامن

امضاءضامن گواهی می گردد.

بانک ....
امضاء

اعاده کالاهای وارداتی به مناطق آزاد تجاری - صنعتی

گمرک ایران طی بخشنامه شماره ۷۳/۵۹۲/۷۷۸/۲۲۲۷۵۳ مورخ ۷۴/۶/۱۸ خطاب به گمرکات اجرایی کشور اعلام داشته است:به استنادبند پنج صورتمجلس مورخ ۷۴/۵/۹ بیست ویکمین جلسه شورایعالی مناطق آزادتجاری - صنعتی، مرجوع نمودن کلیه کالاهای وارداتی که ازگمرک ترخیص نشده‌اند،به استثنای کالاهای ممنوع الورود شرعی و قانونی به مناطق آزادتجاری - صنعتی(جزایر کیش وقشم ومنطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار) بارعایت فصل ششم از قسمت چهارم آیین‌نامه اجرایی قانون امورگمرکی وبارعایت سایرمقررات بلامانع می‌باشد وبدینوسیله مفاد بخشنامه شماره ۱۱۸/۷۳/۵۹۲/۷۷۸/۲۳۱۳۴۵ مورخ ۷۴/۳/۹ درارتباط باخودداری از اعاده کالا به مناطق مذکور لغو می‌گردد.

قیمت صادراتی محصولات ومصنوعات کشور

مرکز توسعه صادرات ایران طی نامه‌هایی قیمت صادراتی کالاهای مختلف راکه توسط کمیسیون نرخگذاری کالاهای صادراتی برمبنای فوب مرزهای خروجی کشور تعیین شده به شرح زیر به گمرک ایران وهمچنین سایر سازمان‌های مربوطه ابلاغ کرده است :

میزونیمکت مدرسه

میزونیمکت مدرسه ساخته شده از انواع فلزوچوب هرکیلوگرم ۷۵ سنت

مهلت اعتبار:تاپایان مرداد ماه سال ۱۳۷۵

قطعات چدنی سایشی

قطعات چدنی ریخته گری سایشی برای ماشین آلات سنگ شکن هرکیلوگرم ۶۵ سنت

مهلت اعتبار:تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

اسپری مگس کش و... پیف پاف

۱-اسپری مگش کش ۳۰۰ میلی‌لیترپیف پاف هرعدد ۸۰ سنت

۲- پودرحشره کش ۱۶۰ گرمی پیف پاف هرعدد ۳۵ سنت

۳- قرص حشره کش پیف پاف هرجعبه ۹۰ سنت

۴- دستگاه برقی حشره کش پیف پاف هردستگاه ۱/۱۰ دلار

۵- اسپری مگس کش ۴۰۰ میلی‌لیتری پیف پاف هرعدد ۱ دلار

۶- اسپری سوسک‌کش ۴۰۰ میلی‌لیتری پیف پاف هرعدد ۹۵ سنت

مهلت اعتبار:تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

اسیاب آرد

انواع آسیاب آرد به مارک تجارتی آذر موتور به شرح زیر:

۱- آسیاب آرد به مارک تجارتی آذرموتور۸۰ سانتی‌متر کامل هردستگاه ۱۲۰۰ دلار

۲- آسیاب آرد به مارک تجارتی آذرموتور۷۰ سانتی‌متر کامل هردستگاه ۱۰۵۰ دلار

۳- آسیاب آرد به مارک تجارتی آذرموتور۶۰ سانتی‌متر کامل هردستگاه ۹۰۰ دلار

۴- انواع سنگ آسیاب آرد — هرکیلوگرم ۱/۲۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

توضیح: قدرت الکتروموتور داخلی وحداکثر ۲۰ اسب بخار می باشد.

اسید استیک

اسیداستیک دربشکه‌های دویست کیلوگرمی به بالا — هرتن ۶۳۵ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان دی ماه سال ۱۳۷۴

نشاسته

۱- نشاسته بتاگندم	هرکیلوگرم	۳۰ سنت
۲- نشاسته آلفاگندم	هرکیلوگرم	۲۷ سنت
۳- گلوتن گندم فعال	هرکیلوگرم	۷۵ سنت
۴- گلوتن‌گندم غیرفعال	هرکیلوگرم	۵۵ سنت

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

نان بستنی

نان بستنی ویفرقیفی — هرکیلوگرم ۳ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

گلوکز مایع ونشاسته صنعتی ذرت

۱- گلوکز مایع ذرت	هرکیلوگرم	۳۷ سنت
۲- نشاسته صنعتی ذرت	هرکیلوگرم	۲۷ سنت

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

میگوی سرتیز

۱- میگوی سرتیز بدون سر	هرکیلوگرم	۵ دلار
۲- میگوی سرتیزباسر	هرکیلوگرم	۳/۵۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

پوشاک

۱- پیش‌بند تهیه شده از پارچه صددرصد کتان داخل ۷۰×۱۰۰
هرکیلوگرم ۸ دلار

۲- لباس زیرمصرف لباس کارتهیه شده از پارچه صددرصدویسکوز داخلی
هرکیلوگرم ۱۲ دلار

۳- لباس کارتهیه شده از پارچه داخلی صددرصد پنبه درمدل‌های مختلف
هرکیلوگرم ۶/۵۰ دلار

۴- پیش‌بندتهیه شدهازپارچه پلی‌استرویسکوزداخلی به‌نسبت ۶۵درصد پلی‌استر و ۳۵درصد ویسکوز ۷۰×۱۰۰
هرکیلوگرم ۱۵/۵۰ دلار

۵- لباس کارتهیه شده از پلی‌استرویسکوز به نسبت ۶۵ درصد پلی‌استرو۳۵ درصدویسکوز داخلی
هرکیلوگرم ۱۳/۷۵ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

نخ

نخ صددرصدپنبه داخلی ۲/۲۴ — هرکیلوگرم ۴/۸۵ مارک

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

انواع آبزیان آکواریمی

۱- اسفنج	هرقطعه	۱/۵۰ دلار
۲- مرجان نرم زرد	"	۲/۲۵ دلار
۳- مرجان نرم صورتی	"	۲/۲۵ دلار
۴- مرجان نرم‌نارنجی	"	۳ دلار
۵- قارچ دریایی	"	۳ دلار
۶- شقایق دریایی	"	۲/۲۵ دلار
۷- کرم لوله‌ای	هرعدد	۷۵ سنت
۸- پلیپ دکمه‌ای	هرقطعه	۲/۲۵ دلار
۹- میگو	هرعدد	۱/۱۲۵ دلار
۱۰- شاه میگو	"	۳ دلار
۱۱- حلزون بزرگ تزئینی	"	۱/۱۲۵ دلار
۱۲- حلزون معمولی	"	۰/۲۲۵ دلار
۱۳- توتیا	"	۱/۱۲۵ دلار
۱۴- خرچنگ	"	۳۰ سنت
۱۵- خرچنگ قرمز	"	۱/۱۲۵ دلار
۱۶- ستاره دریایی	"	۱/۵۰ دلار
۱۷- حلزون‌بدون‌صدف	"	۱/۵۰ دلار
۱۸- خیاردریایی	"	۱/۵۰ دلار
۱۹- گوگونیا	هرقطعه	۲/۲۵ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

انواع ماهی‌های آکواریمی

۱- فرشته ماهی	هرعدد	۱۸/۷۵ دلار
۲- پروانه زرد	"	۸/۷۵ دلار
۳- پروانه قهوه‌ای	"	۳/۱۲۵ دلار
۴- آنتن‌دار	"	۶/۲۵ دلار
۵- دلقک ماهی	"	۱/۸۷۵ دلار
۶- سرخال	"	۱/۱۲۵ دلار
۷- ملوان	"	۱/۱۲۵ دلار
۸- دخترباند سفید	"	۱/۱۲۵ دلار
۹- خطر قرمز	"	۱/۸۷۵ دلار
۱۰- قوس وقزح	"	۱/۲۵ دلار
۱۱- آرایشگر	"	۱/۲۵ دلار
۱۲- ماه ماهی	"	۲/۵۰ دلار
۱۳- طوطی‌ماهی	"	۲/۵۰ دلار
۱۴- هامور	"	۵ دلار

۱۵- نئوپان " ۷/۵۰ دلار
۱۶- پارسی " ۳/۷۵ دلار
۱۷- آراسته " ۲/۵۰ دلار
۱۸- آراسته خطی " ۱ دلار
۱۹- ناخداسنگی " ۲/۵۰ دلار
۲۰- جراح دم زرد " ۱۸/۷۵ دلار
۲۱- جراح دم قیچی هرعدد ۱۸/۷۵ دلار
۲۲- کفشک ماهی " ۱/۸۷۵ دلار
۲۳- خرماهی سیاه " ۳/۱۲۵ دلار
۲۴- خرماهی سفید " ۱۵ دلار
۲۵- بادکنکی " ۷/۵۰ دلار
۲۶- بادکنکی تیغی " ۷/۵۰ دلار
۲۷- جعبه ماهی " ۵ دلار
۲۸- قوش ماهی " ۳/۷۵ دلار
۲۹- خرگوش ماهی " ۲/۵۰ دلار
۳۰- کاردینال خطی " ۱/۲۵ دلار
۳۱- کاردینال کمربندی " ۱/۲۵ دلار
۳۲- اسکت نقطه‌ای " ۲/۵۰ دلار
۳۳- ماهی نقره‌ای " ۱/۸۷۵ دلار
۳۴- خروس ماهی " ۴/۳۷۵ دلار
۳۵- هورای " ۶/۲۵ دلار
۳۶- رمورا " ۷/۵۰ دلار
۳۷- لب شیرین " ۶/۲۵ دلار
۳۸- رفتگر " ۲/۵۰ دلار
۳۹- گربه ماهی " ۲/۵۰ دلار
۴۰- کوسه " ۲۵ دلار
۴۱- اسب ماهی " ۲/۵۰ دلار
۴۲- خفاش " ۲/۵۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

کش باربند

انواع کش باربند ساخته شده ازکش لاستیکی بافته شده واتصالات فلزی
هرکیلوگرم ۱/۷۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

خاکه ذغال سنگ

خاکه ذغال سنگ (صفرتاده میلی‌متر) هرتن ۱۳ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

نوارکاست صوتی

۱- نوارکاست ۶۰ دقیقه بسته‌بندی شده ۲۴ سنت
۲- نوارکاست صفردقیقه (بدون نوارمغناطیسی) باجعبه ۱۳ سنت
۳- نوارکاست صفردقیقه (بدون نوارمغناطیسی) بدون جعبه ۹ سنت

مهلت اعتبار: تاپایان مرداد ماه سال ۱۳۷۵

قطعات فولاد ریخته گری

انواع قطعات فولاد ریخته گری مقاوم در برابر حرارت (نسوز)
هرکیلوگرم ۱/۵۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

پلوور

پلوورتهیه شده‌ازنخ صددرصداکریلیک هایبابک (کشباف پودی) در رنگ‌هاوطرح‌های مختلف زنانه، مردانه وبچگانه
هرکیلوگرم ۸ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مهرماه سال ۱۳۷۵

لیف کنفی

لیف کنفی هرکیلوگرم ۱/۸۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مهرماه سال ۱۳۷۵

دستگاه پرس ضایعات آهن

دستگاه پرس ضایعات آهن به مارک تجارتی تکنوپرس پورنیادر به شرح زیر:
۱- دستگاه پرس ضایعات آهن به مارک تجارتی T.P.S.12 تکنوپرس پورنیا
هردستگاه ۱۵۰۰۰ دلار
۲- دستگاه پرس ضایعات آهن به مارک تجارتی T.P.S.8 تکنوپرس پورنیا
هردستگاه ۱۲۰۰۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مردادماه سال ۱۳۷۵

لباس کار

لباس کارتهیه شده ازپارچه پلی‌استر وپنبه به نسبت ۵۰ درصدپلی استرو۵۰ درصدپنبه
هرکیلوگرم ۱۲ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مهرماه سال ۱۳۷۵

تنباکووخرده تنباکوی زردطلایی

۱- تنباکوی زرد طلایی دربسته‌بندیهای سلوفان ۲۵۰، ۵۰۰ و ۱۰۰۰ گرمی
هرکیلوگرم ۱۸ دلار
۲- خرده تنباکوی زردطلایی دربسته بندیهای کارتن ویاگونی فاقدسلوفان
هرکیلوگرم ۸ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵

سیستم قفسه بندی و...

انواع سیستم قفسه بندی وتجهیزات انبارفلزی رنگ شده ونشده
هرتن ۶۳۰ دلار

مهلت اعتبار: تاپایان مرداد ماه سال ۱۳۷۵

پسته ومغزپسته

قیمت‌های صادراتی انواع پسته ومغزپسته تاپایان شهریورماه سال ۱۳۷۵ به شرح زیر تمدید شده است :

۱- سورت های زیر ۱۸	هرتن	۴۵۰۰	دلار
۲- سورت ۲۰-۱۸	هرتن	۴۴۰۰	دلار
۳- سورت ۲۲-۲۰	هرتن	۴۲۰۰	دلار
۴- سورت ۲۴-۲۲	هرتن	۴۰۰۰	دلار
۵- سورت ۲۶-۲۴	هرتن	۳۶۰۰	دلار
۶- سورت ۲۸-۲۶ فندقی	هرتن	۳۴۰۰	دلار
۷- سورت ۲۸-۲۶ بادامی	هرتن	۳۳۵۰	دلار
۸- سورت ۳۰-۲۸ فندقی	هرتن	۳۳۰۰	دلار
۹- سورت ۳۰-۲۸ بادامی	هرتن	۳۲۵۰	دلار
۱۰- سورت ۳۲-۳۰ فندقی	هرتن	۳۲۵۰	دلار
۱۱- سورت ۳۲-۳۰بادامی	هرتن	۳۲۰۰	دلار
۱۲- نرخ سورت های بالای ۳۲ لغوگردیده است.			
۱۳- مغزپسته معمولی	هرتن	۳۲۰۰	دلار
۱۴- مغزپسته پوست سوم جداشده	هرتن	۶۰۰۰	دلار
۱۵- خلال مغزپسته پوست سوم جداشده	هرتن	۶۳۰۰	دلار

توضیح :چنانچه بسته‌بندی درسلوفان ویاواکیوم باشد به ترتیب ۲۰ و۷۰ سنت برای هرکیلوبه نرخ های مذکوراضافه خواهد شد.

قابل توجه علاقمندان کلاسهای حمل و نقل بین‌المللی

مرکز آموزش سندیکای شرکتهای حمل و نقل بین‌المللی ایران برای کلاسهای زیر ثبت نام بعمل می‌آورد:

۱ - دوره مقدماتی حمل و نقل بین‌المللی به مدت ۵۰ ساعت.

۲ - دوره پیشرفته حمل و نقل بین‌المللی به مدت ۱۸۰ ساعت.

ضمناً دوره‌های تکدرس تخصصی حمل و نقل بین‌المللی مانند کشتیرانی، کنوانسیونهای بین‌المللی، حمل و نقل هوائی، کالاهای خطرناک و غیره نیز جداگانه در مقاطع مختلف زمانی برگزار می‌گردد.

ثبت نام در کلاسهای فوق فقط با معرفی شرکتهای حمل و نقل بین‌المللی و یا اعضاء اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران میسر می‌باشد وگواهینامه‌های صادره به تائید سندیکای شرکتهای حمل و نقل بین‌المللی و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران خواهد رسید. برای کسب اطلاعات بیشتر از ساعت ۸ تا ۱۶ بعدازظهر با تلفن ۸۸۳۴۷۰۰ تماس حاصل فرمائید.

سندیکای شرکتهای حمل و نقل بین‌المللی

اتاقهای بازرگانی در سراسر جهان

نام و نشانی بیش از ده هزار اتاق بازرگانی، صنایع و معادن در کشورهای جهان

در همهٔ کشورهای جهان، اتاق‌ها به منظور کمک به فراهم آوردن موجبات رشد و توسعهٔ اقتصادی، تبادل افکار و بیان آراء و عقاید مدیران صنعتی، معدنی، کشاورزی و بازرگانی کشور خود به وجود آمده‌اند.

اتاق‌ها، در هر کشوری، در انجام وظایف خود در زمینه‌های ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان، صاحبان صنایع، کارگزاران معادن و کشاورزی -ارتباط با اتاق‌های سایر کشورها و اعضای آنها به منظور توسعهٔ همکاریهای متقابل- کوشش درراه شناسائی بازار کالاهای صادراتی و وارداتی در دیگر کشورها- تلاش درجهت بررسی وحل وفصل مسائل بازرگانی داخلی وخارجی اعضای خوداز طریق داوری -ارائه آمار واطلاعات اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، معدنی وکشاورزی - و... فعالیت میکنند.

دسترسی به اهداف وخدمات اتاق‌ها تنهاازطریق برقراری ارتباط مستمر اتاق‌ها با یکدیگرو بازرگانان و صاحبان صنایع و کارگزاران معادن وکشاورزی با اتاق‌هاامکان‌پذیر است و این نیز به نوبه خود مستلزم دستیابی هرچه بیشتر دست اندرکاران امور اقتصادی و بازرگانی به نام ونشانی اتاق‌ها در کشورهای جهان است.

از این رو، "نامه اتاق بازرگانی" به معرفی بیش از ده هزار اتاق فعال در سراسر جهان و ارائه نام ونشانی کامل آنان به زبان و خط کشور متبوع هر اتاق همت گماشته است تا برای اعضای اتاق بازرگانی وصنایع ومعادن ایران وشعب آن امکان تماس وکسب اطلاعات وجستجوی بازارهای جدیدفراهم گردد.

قسمت هشتم

ادامهٔ کانادا

Nipawin and District Chamber of Commerce
Main St., POB 2224, **Nipawin**, Sask. S0E 1E0
T. (306) 862-3121

Norquay Chamber of Commerce
POB 505, **Norquay**, Sask. S0A 2V0
T. (306) 594-2678

Battlefords Chamber of Commerce
Junction of Hwys. 40 & 16, POB 1000, **North Battleford**, Sask. S9A 3E6
T. (306) 445-6226
President: Gerald Walker, Managing Director: Henry N. Bergen
Number of Members: 300, International Services: no

North Bay and District Chamber of Commerce
1375 Seymour St., POB 747, **North Bay**, Ont. P1B 8J8
T. (705) 472-8480
Number of Members: 650

Lake Massawippi Chamber of Commerce
POB 761, **North Hatley**, Qué. J0B 2C0
T. (819) 838-4202
Number of Members: 117

North Vancouver Chamber of Commerce
131 E Second St., **North Vancouver**, B.C. V7L 1C2
T. (604) 987-4488
Number of Members: 475

Norwich Township Chamber of Commerce
21 Cook St., POB 577, **Norwich**, Ont. N0J 1P0
T. (519) 863-3843
Number of Members: 71

Chambre de Commerce de Notre-Dame du Lac
Notre-Dame du Lac, Qué. G0L 1X0
T. (418) 899-6764

Chambre de Commerce de Notre-Dame du Laus
CP 43, **Notre-Dame du Laus**, Qué. J0X 2M0
T. (819) 767-2519

Chambre de Commerce de Notre-Dame du Nord
CP 397, **Notre-Dame du Nord**, Qué. J0Z 3B0
T. (819) 723-2587

Chambre de Commerce de Nouvelle
Nouvelle, Qué. G0C 2E0

Oakville Chamber of Commerce
170 Country Squire Lane, **Oakville**, Ont.
T. (416) 845-6613, Fax (416) 845-6475, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1953
President: R.B. Koenig, Managing Director: Jackie Cutmore
Number of Members: 1000, Jurisdiction: Oakville Area

Okanagan Falls Chamber of Commerce
POB 295, **Okanagan Falls**, B.C. V6H 1R0

Olds and District Chamber of Commerce
POB 2995, **Olds**, Alta. T0M 1P0

Oliver and District Chamber of Commerce
POB 460, **Oliver**, B.C. V0H 1T0
T. (604) 498-4141

Onoway and District Chamber of Commerce
POB 723, **Onoway**, Alta. T0E 1V0
T. (403) 967-2218, 967-2499
Number of Members: 40

Orangeville and District Chamber of Commerce
47 Broadway, POB 101, **Orangeville**, Ont. L9W 2Z5
T. (519) 941-0490
Number of Members: 144

Orillia and District Chamber of Commerce
111 Commerce Rd., **Orillia**, Ont. L3V 6H3
T. (705) 325-9211, 326-4424
Number of Members: 350

Oromocto and Area Chamber of Commerce
POB 151, **Oromocto**, N.B. E2V 2G5
T. (506) 357-7251, 357-9987

Oshawa Chamber of Commerce
13 John St. W, **Oshawa**, Ont. L1H 1W8
T. (416) 728-1683, Fax (416) 432-1259, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1930
President: Jack Rothery, Managing Director: Doreen Smyth
Number of Members: 900, International Services: no

Osoyoos Chamber of Commerce
Hwys 3 and 97, POB 227, **Osoyoos**, B.C. V0H 1V0
T. (604) 495-7142, Fax (604) 495-6161
Number of Members: 126

Ottawa Area Board of Trade
185 Sparks St., **Ottawa**, Ont. K1P 5B9
T. (613) 236-3631
Number of Members: 1625

The Canadian Chamber of Commerce
55 Metcalfe St., Ste. 1160, **Ottawa**, Ont. K1P 6N4
T. (613) 238-4000, Tx. 053-3360, Fax (613) 238-7643, Office Hours: 8.30-16.30, Year of Establishment: 1929
President: Tim Reid
Number of Members: 165

Outlook and District Chamber of Commerce
522 McKenzie, POB 400, **Outlook**, Sask. S0L 2N0
T. (306) 867-8661

Owen Sound Chamber of Commerce
187 B Tenth St. W, **Owen Sound**, Ont. N4K 3R1
T. (519) 376-6261, Year of Establishment: 30
President: Gary Leuine
Number of Members: 200, Jurisdiction: Owen Sound and Area

Oyen and District Chamber of Commerce
POB 477, **Oyen**, Alta. T0J 2J0
T. (403) 664-3691

Port Dover Board of Trade
225 Main St., POB 239, **Port Dover**, Ont. N0A 1N0
T. (519) 583-2611
Number of Members: 100

Port Elgin and District Chamber of Commerce
515 Goderich St., POB 69, **Port Elgin**, Ont. N0H 2C0
T. (519) 832-9102, Fax (519) 389-4735, Office Hours: 9.00-17.00
President: Kevin Sherwood, Managing Director: Barbara Scollick
Number of Members: 150

Port Hardy and District Chamber of Commerce
7250 Market St., POB 249, **Port Hardy**, B.C. V0N 2P0
T. (604) 949-7622, 949-8522
Number of Members: 80

Port Hawkesbury Chamber of Commerce
POB 672, **Port Hawkesbury**, N.S. B0E 2V0

Port Hope and District Chamber of Commerce
84 Ontario St., **Port Hope**, Ont. L1A 2T8
T. (416) 885-5519, Office Hours: 9.00-17.00
President: Allan McCracken, Managing Director: Debbie McQueen
Number of Members: 200, Jurisdiction: Port Hope and District, International Services: yes

Port McNeill and District Chamber of Commerce
POB 129, **Port McNeill**, B.C. V0N 2R0
T. (604) 956-4233

Chambre de Commerce de l'Ile d'Anticosti
[illegible] 43, **Port Menier**, Qué. G0C 2Y0
[illegible] 418) 535-0347

Scugog Chamber of Commerce
POB 1282, **Port Perry**, Ont. L0B 1N0
T. [illegible]16) 985-7346
Number of Members: 120

Port Rowan-Long Point Chamber of Commerce
Main St., **Port Rowan**, Ont. N0E 1M0
T. (519) 586-3514
Number of Members: 50

Port-aux-Basques Chamber of Commerce
POB 1019, **Port-aux-Basques**, Nfld. A0M 1C0
T. (709) 695-7675, 695-3123

Chambre de Commerce de Rivière-du-Loup
890 Rte. du Fleuve, Notre-Dame du Portage, **Portage**, Qué. G0L 1Y0
T. (418) 862-3569

Portage and District Chamber of Commerce
160 Saskatchewan Av. W, **Portage La Prairie**, Man. R1N 0M1
T. (204) 857-7778, 239-6266
Number of Members: 294

Powell River Chamber of Commerce
6807 Wharf St., **Powell River**, B.C. V8A 1T9
T. (604) 485-4051, Fax (604) 485-4272, Office

Picture Butte and District Chamber of Commerce
POB 540, **Picture Butte**, Alta. T0K 1V0
T. (403) 732-4681

Chambre de Commerce de Piedmont
216 Chaussée Dubois, **Piedmont**, Qué. J0R 1K0
T. (514) 227-2409

Chambre de Commerce de Pierreville
18 Rue Ducharme, **Pierreville**, Qué. J0G 1J0
T. (514) 568-2135

Pilot Mound and District Chamber of Commerce
Railway St., POB 356, **Pilot Mound**, Man. R0G 1P0
T. (204) 825-2772, Fax (204) 825-2772, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1902
President: Jeff Howell
Number of Members: 60

Pincher Creek and District Chamber of Commerce
POB 2287, **Pincher Creek**, Alta. T0K 1W0
T. (403) 627-5199
Number of Members: 100

Argentia Area Chamber of Commerce
Dunville, **Placentia Bay**, Nfld. A0B 1S0
T. (709) 227-5603

Chambre de Commerce de Montebello
Plaisance, Qué. J0V 1S0

Plaster Rock Regional Chamber of Commerce
Main St., **Plaster Rock**, N.B. E0J 1W0
T. (506) 356-2622
Number of Members: 100

Chambre de Commerce de Plessisville
1425 Rue Theodore, **Plessisville**, Qué. G6L 3N7
T. (819) 362-6333

Pointe au Baril Chamber of Commerce
POB 113, **Pointe au Baril**, Ont. P0G 1K0
T. (705) 366-2381
Number of Members: 75

Ponoka and District Chamber of Commerce
POB 1960, **Ponoka**, Alta. T0C 2H0
T. (403) 783-3888, 783-6880, 783-6885
Number of Members: 160

Ponteix Chamber of Commerce
113 First St., POB 372, **Ponteix**, Sask. S0N 1Z0
T. (306) 625-3993

Alberni Valley Chamber of Commerce
R.R. 2, Site 215, **Port Alberni**, B.C. V9Y 7L6
T. (604) 724-6535

Chambre de Commerce de Port Cartier
24 Blvd. des Iles, C.P. 82, **Port Cartier**, Qué. G5B 2J9
T. (418) 766-6400

Port Churchill Chamber of Commerce
POB 176, **Port Churchill**, Man. R0B 0E0
T. (204) 675-8894

Port Colborne Area Chamber of Commerce
76 Main St.W, **Port Colborne**, Ont. L3K 3V2
T. (416) 834-9765
Number of Members: 110

Pansy and District Chamber of Commerce
POB 34, **Pansy**, Man. R0A 1J0
T. (204) 434-6170

Parksville and District Chamber of Commerce
1275 E Island Hwy., POB 99, **Parksville**, B.C. V0R 2S0
T. (604) 248-3613
Number of Members: 206

Parrsboro Chamber of Commerce
POB 297, **Parrsboro**, N.S. B0M 1S0

Parry Sound Area Chamber of Commerce
2 Louisa St., **Parry Sound**, Ont. P2A 2Y4

Peace River Board of Trade
POB 1499, **Peace River**, Alta. T0H 2X0
T. (403) 624-4166, 624-4168
Number of Members: 165

Pemberton Chamber of Commerce
POB 370, **Pemberton**, B.C. V0N 1L0
T. (604) 894-6530

Pembroke and Area Chamber of Commerce
84 Isabella St., POB 365, **Pembroke**, Ont. K8A 6X6
T. (613) 735-5381
Number of Members: 221

Penetanguishene Chamber of Commerce
The Warf, POB 1505, **Penetanguishene**, Ont. P0K 1P0
T. (705) 549-2232, Year of Establishment: 1947
President: Steve Robillard, Managing Director: Joyce Sauvé
Number of Members: 93

Penticton Chamber of Commerce
185 Lakeshore Dr., **Penticton**, B.C. V2A 1B7
T. (604) 492-4103, Fax (604) 492-6119, Office Hours: 9.00-17.00, Summer 8.00-18.00, Year of Establishment: 1907
President: Al Sismey, Managing Director: A.J. Boersma
Number of Members: 425, Jurisdiction: Penticton and Area

Chambre de Commerce de Perce
28 Rue de l'Eglise, **Perce**, Qué. G0C 2L0

Perth Chamber of Commerce
80 Gore St. E, **Perth**, Ont. K7H 1H9
T. (613) 267-3200
Number of Members: 225

Greater Peterborough Chamber of Commerce
135 George St., **Peterborough**, Ont. K9J 3G6
T. (705) 748-9771, Office Hours: Monday-Friday 8.30-16.30, Year of Establishment: 1889
President: Sharon Murphey, Managing Director: J. Donald Frise
Number of Members: 950, Jurisdiction: Peterborough and surrounding Area

De Petit Rocher Chamber of Commerce
POB 549, **Petit Rocher**, N.B. E0B 2E0
T. (506) 783-4293, 783-4710

Prince Edward County Chamber of Commerce
116 Main St., POB 893, **Picton**, Ont. K0K 2T0
T. (613) 476-2421
Number of Members: 130

POB 275, **Radway**, Alta. T0A 2V0
T. (403) 736-3665

Rainbow Lake Chamber of Commerce
POB 273, **Rainbow Lake**, Alta. T0H 2Y0
T. (403) 956-3757

Richmond Hill Chamber of Commerce
376 Church St. S, POB 155, **Richmond Hill**, Ont. L4C 4Y2
T. (416) 884-1961, Office Hours: Monday-Friday 9.00-16.30, Year of Establishment: 1972
President: Rhonda Taylor, Managing Director: Mary Jane Williams
Number of Members: 300, International Services: no

Ridgetown & District Chamber of Commerce
POB 522, **Ridgetown**, Ont. N0P 2C0
T. (519) 674-3272
Number of Members: 80

Rimbey Chamber of Commerce
POB 87, **Rimbey**, Alta. T0C 2J0
T. (403) 843-2296

Chambre de Commerce de Rimouski
37 Leonidas, CP 368, **Rimouski**, Qué. G5L 7C3
T. (418) 724-4966

Chambre de Commerce de Rivière-Bleue
186 Saint-Joseph Nord, **Rivière Bleue**, Qué. G0L 2B0
T. (418) 893-2338
Number of Members: 65

Chambre de Commerce de Rivière-au-Renard
316A Rue Lafontaine, CP 446, **Rivière-au-Renard**, Qué. G5R 3Z1
T. (418) 862-5243
Number of Members: 312

Chambre de Commerce de Rivière-du-Loup
316-A Rue Lafontaine, CP 446, **Rivière-du-Loup**, Qué.
T. (418) 862-5243, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1889
President: Line Saint-Pierre, Managing Director: Gilles d'Amours
Number of Members: 502, Jurisdiction: Saint-Patrice/Rivière-du-Loup, International Services: yes

Chambre de Commerce de Rivière-du-Portage
CP 127, **Rivière-du-Portage**, N.B. E0G 1Y0
T. (506) 395-9486

Chambre de Commerce de Roberval
423 Rue Brassard, **Roberval**, Qué. G8H 2E2

Roblin and District Chamber of Commerce
POB 160, **Roblin**, Man. R0L 1P0
T. (204) 937-2340

Rocky Mountain House and District Chamber of Commerce
POB 1374, **Rocky Mountain House**, Alta. T0M 1T0
T. (403) 845-5450, Office Hours: 9.00-16.00, Year of Establishment: 1961

Chambre de Commerce de Repentigny
153 Montarville, **Repentigny**, Qué. J6A 6N5
T. (514) 585-5619

Revelstoke Chamber of Commerce
300 First St. W, POB 490, **Revelstoke**, B.C. V0E 2S0
T. (604) 837-5345, Fax (604) 837-4223, Office Hours: Monday-Friday 8.30-17.00
President: Mark McKee, Managing Director: Dawn Peebles-Adams
Number of Members: 230

Richmond Chamber of Commerce
208-8171 Park Rd., **Richmond**, B.C. V6Y 1S9
T. (604) 278-2822

Chambre de Commerce de Richmond
555 Rue Craig Est, **Richmond**, Qué. J0B 2H0
T. (819) 826-3560

Prince George Chamber of Commerce
770 Brunswick St., **Prince George**, B.C. V2L 2C2
T. (604) 562-2454

Prince Rupert Chamber of Commerce
115 First Av. W, POB 158, **Prince Rupert**, B.C. V8J 3P6
T. (604) 624-2296
Number of Members: 140

Princeton and District Chamber of Commerce
POB 540, **Princeton**, B.C. V0X 1W0
T. (604) 295-7816, 295-6125
Number of Members: 45

Chambre de Commerce de Princeville
CP 430, **Princeville**, Qué. G0P 1E0
T. (819) 364-5203

Provost and District Chamber of Commerce
POB 627, **Provost**, Alta. T0B 3S0
T. (403) 753-2478

Qualicum Beach Chamber of Commerce
POB 103, **Qualicum Beach**, B.C. V0R 2T0
T. (604) 752-5991

Chambre de Commerce et d'Industrie du Québec Métropolitain
17 Rue Saint-Louis, CP 430, **Québec**, Qué. G1R 4R5
T. (418) 692-3853, Fax (418) 694-2286, Office Hours: 8.30-17.00, Year of Establishment: 1809
Managing Director: Pierre Talbot
Number of Members: 2500, Jurisdiction: Québec Metropolitain

Quesnel and District Chamber of Commerce
221-2222 Maple Dr., **Quesnel**, B.C. V2J 5B7
T. (604) 747-2244, Fax (604) 747-4342, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1910
President: Mike Flack, Managing Director: Janice Hall
Number of Members: 214, International Services: yes

Radville Chamber of Commerce
Railway Av., POB 769, **Radville**, Sask. S0C 2H0
T. (306) 452-3414

Radway and District Chamber of Commerce

Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1933
President: Colin Palmer, Managing Director: Elke I. Cummings
Number of Members: 190, Jurisdiction: Powell River Municipality and Region

Preeceville Chamber of Commerce
17 First Av. NW, PO Drawer 1210, **Preeceville**, Sask. S0A 3B0
T. (306) 547-3322

Prescott Chamber of Commerce
POB 2000, **Prescott**, Ont. K0E 1T0
T. (613) 925-5908
Number of Members: 109

Chambre de Commerce de Prévost
46 Rue de la Station, **Prévost**, Qué. J0R 1T0
T. (514) 224-4311

Prince Albert Chamber of Comemrce
3700 Second Av. W, **Prince Albert**, Sask. S6W 1A2
T. (306) 764-6222, Fax (306) 922-4727, Office Hours: Monday-Friday 8.30-17.00, Year of Establishment: 1887
President: Ben Plemel, Managing Director: Vince M. Dodds
Number of Members: 400, Jurisdiction: City of Prince Albert, International Services: yes

Waskesiu Chamber of Commerce
325 28 St. E, **Prince Albert**, Sask. S6V 1XA
T. (306) 922-2599

Rapid City and District Chamber of Commerce
POB 40, **Rapid City**, Man. R0K 1W0
T. (204) 826-2658

Chambre de Commerce Rawdon
3643 Queen, POB 1180, **Rawdon**, P.Q. J0K 1S0
T. (514) 834-2285
Number of Members: 95

Red Deer Chamber of Commerce
3017 Goetz Av., POB 708, **Red Deer**, Alta. T4N 5Y6
T. (403) 347-4491, Office Hours: Monday-Friday 8.30-17.00, Saturday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1911
President: Fred Mueller, Managing Director: Pat Henry
Number of Members: 673

Red Lake District Chamber of Commerce
POB 430, **Red Lake**, Ont. P0V 2M0
T. (807) 727-2929
Number of Members: 65

Redvers Chamber of Commerce
6 Broadway, POB 339, **Redvers**, Sask. S0C 2H0
T. (306) 452-3414

Redwater and District Chamber of Commerce
POB 322, **Redwater**, Alta. T0A 2W0
T. (403) 942-3488

Regina Chamber of Commerce
2145 Albert St., **Regina**, Sask. S4P 2V1
T. (306) 757-4658, Fax (306) 757-4668
Number of Members: 1000

Renfrew Chamber of Commerce
152 Plaunt St., POB 220, **Renfrew**, Ont. K7V 4A3
T. (613) 432-7015, 482-5813
Number of Members: 250

Chambre de Commerce de Saint-Jerôme
393 Blvd. des Laurentides, **Saint-Antoine**, Qué. J7Z 4L9
T. (514) 436-1400

Chambre de Commerce de Saint-Basile le Grand
289 Principale, **Saint-Basile le Grand**, Qué. J0L 1S0
T. (514) 653-0807

Chambre de Commerce de Saint-Bruno
390 Pl. Orchard, **Saint-Bruno**, Qué. J3V 2N3
T. (514) 328-5157

Chambre de Commerce de Saint-Come
1919 Principale, **Saint-Come**, Qué. J0K 2B0
T. (514) 883-8800

Chambre de Commerce du Triangle
254 Saint-Régis, **Saint-Constant**, Qué. J0L 1X0
T. (514) 632-5690

Chambre de Commerce de Saint-Damien
CP 119, **Saint-Damien Brandon**, Qué. J0K 2E0
T. (514) 835-2814

Chambre de Commerce de Saint-Denis Brompton
495 Quirion, **Saint-Denis Brompton**, Qué. J0B 2P0
T. (819) 846-4060

Chambre de Commerce de Saint-Donat
CP 760, **Saint-Donat**, Qué. J0T 2C0
T. (819) 424-3060

Chambre de Commerce de Saint-Ephrem
Rue Hamel, **Saint-Ephrem**, Qué. G0M 1R0
T. (418) 484-2804

Chambre de Commerce de Saint-Eugène Guigues
Saint-Eugène Guigues, Qué. J0Z 3L0

Chambre de Commerce de Saint-Fabien
C.P. 400, **Saint-Fabien**, Qué. G0L 2Z0
T. (418) 869-2728

Chambre de Commerce de Saint-Felicien
968 1ère Rue, **Saint-Felicien**, Qué. G0W 2N0
T. (418) 679-2068

Chambre de Commerce de Saint-Frédérick
Rte. 112, **Saint-Frédérick**, Qué G0N 1P0
T. (418) 426-2030

Chambre de Commerce de Saint-Hippolyte
835 Blvd. Lac l'Achigan, **Saint-Hippolyte**, Qué. J0R 1P0
T. (514) 563-2558

Chambre de Commerce du District de Saint-Hyacinthe
1225 Rue des Cascades, **Saint-Hyacinthe**, Qué. J2S 3H1
T. (514) 773-4431

Chambre de Commerce de Saint-Jean de Matha
180 Rue Sainte-Louise, **Saint-Jean de Matha**, Qué. J0K 2S0

Saint John Board of Trade
39 King St., Delta Brunswick Hotel, **Saint John**, N.B. E2L 4W3
T. (506) 634-8111
Number of Members: 725

Saint John's Board of Trade
POB 5127, **Saint John's**, Nfld. A1C 5V5

Saint Leonard Chamber of Commerce
POB 119, **Saint Leonard**, N.B. E0L 1M0
T. (506) 423-6245

Saint Malo Chamber of Commerce
Saint Malo, Man. R0A 1T0
T. (204) 347-5543, 347-5554
Number of Members: 200

Saint Paul and District Chamber of Commerce
POB 887, **Saint Paul**, Alta. T0A 3A0
T. (403) 645-6230, Fax (403) 645-6206, Office Hours: 8.15-12.00 and 13.00-16.30, Year of Establishment: 1929
President: Larry Langager, Managing Director: R. Morley Christie
Number of Members: 220, Jurisdiction: 10 mile radius of Saint Paul

Saint Pierre Chamber of Commerce
POB 71, **Saint Pierre**, Man. R0A 1V0
T. (204) 433-7530

Saint Raphael/Pigeon Hill Chamber of Commerce
CP 117, **Saint Raphael-sur-Mer**, N.B. E0B 2N0
T. (506) 336-2329

Saint Thomas and District Chamber of Commerce
538 Talbot St., **Saint Thomas**, Ont. N5P 1C4
T. (519) 631-1981, Fax (519) 631-3409, Office Hours: Monday-Friday 8.30-17.00, Year of Establishment: 1869
President: Robert A. McCaig, Managing Director: Robert W. Hammersley
Number of Members: 564, Jurisdiction: City of Saint Thomas, Village of Port Stanley, Town of Aylmer, Townships of Yarmouth and Southwold

Saint Victor and District Chamber of Commerce
POB 62, **Saint Victor**, Sask. S0H 3T0
T. (306) 642-3215
Number of Members: 30

Saint Walburg Chamber of Commerce
Main St., POB 399, **Saint Walburg**, Sask. S0M 2T0
T. (306) 248-3244

Chambre de Commerce de Saint-Adolphe d'Howard
1524 de l'Avalanche, **Saint-Adolphe d'Howard**, Qué. J0T 2B0
T. (514) 870-5256

Chambre de Commerce de Saint-Alban
Saint-Alban, Qué. G0A 3B0

Chambre de Commerce de Saint-Anicet
1206 Rte. 132, **Saint-Anicet**, Qué. J0S 1M0
T. (514) 264-4795

Chambre de Commerce de Saint-Anselme
1016 Rue Begin, **Saint-Anselme**, Qué. G0R 2N0
T. (418) 885-9671

President: Lorne M. Pettifor, Managing Director: Doreen G. Broska
Number of Members: 170, Jurisdiction: Rocky Mountain House, International Services: no

De Collette Chamber of Commerce
R.R.3, Site 14, POB 6, **Rogersville**, N.B. E0A 2T0

Rogersville Chamber of Commerce
POB 168, **Rogersville**, N.B. E0A 2T0
T. (506) 775-6738

Rose Valley and District Chamber of Commerce
Centre St., POB 307, **Rose Valley**, Sask. S0E 1M0
T. (306) 322-2051

Rossland Chamber of Commerce
POB 1725, **Rossland**, B.C. V0G 1Y0
T. (604) 362-5666

Chambre de Commerce de Rougemont
1316 Principale, **Rougemont**, Qué. J0L 1M0
T. (514) 469-3218

Chambre de Commerce de Rouyn-Noranda Régional
147 Av. Principale, CP 634, **Rouyn-Noranda**, Que. J9X 5C6
T. (819) 762-9937, 762-6602, Office Hours: 9.00-12.00 and 13.30-17.00, Year of Establishment: 1927
President: Louis Pronovost, Managing Director: Julie Bouchard
Number of Members: 850, International Services: no

Russell and District Chamber of Commerce
POB 155, **Russell**, Man. R0J 1W0
T. (204) 773-3167
Number of Members: 90

Saint Albert Chamber of Commerce
203, 12 Perron St., **Saint Albert**, Alta. T8N 1E4
T. (403) 458-2833

Chambre de Commerce de Saint Alphonse de Rodriquez
301 Corcoran, **Saint Alphonse**, Qué. J0K 1W0

Saint Andrews Chamber of Commerce
POB 89, **Saint Andrews**, N.B. E0G 2X0
T. (506) 529-3555, 529-0300
Number of Members: 80

Saint Anthony Chamber of Commerce
POB 206, **Saint Anthony**, Nfld. A0K 4S0

Saint Catharines and District Chamber of Commerce
11 King St., POB 940, **Saint Catharines**, Ont. L2R 6Z4
T. (416) 684-2361, Fax (416) 684-2100, Office Hours: 8.00-17.00, Year of Establishment: 1867
President: James E. Thorpe, Managing Director: Noel Buckley
Number of Members: 2100, Jurisdiction: Saint Catherines and District

Chambre de Commerce de Saint-Eustache et Deux-Montagne
164 Rue Saint-Louis, **Saint Eustache**, Qué. J7P 1Y3
T. (514) 472-2615

Salmo and District Chamber of Commerce
POB 400, **Salmo**, B.C. V0G 1Z0
T. (604) 357-9621

Salmon Arm and District Chamber of Commerce
70 Hudson St. NE, POB 999, **Salmon Arm**, B.C. V1E 4P2
T. (604) 832-6247, Fax (604) 832-8382, Office Hours: 8.30-17.00, Year of Establishment: 1909
President: Michael Summerfeldt
Number of Members: 250

Sarnia and District Chamber of Commerce
224 Vidal St. North, **Sarnia**, Ont. N7T 5Y3
T. (519) 336-2400
Number of Members: 611

Saskatcon Chamber of Commerce
410 22 St. E, POB 1310, **Saskatcon**, Sask. S7K 2H9
T. (306) 652-8833

Saskatoon Board of Trade
306-24 St. E, **Saskatoon**, Sask. S7K 4R2
T. (306) 244-2151

Sauble Beach Chamber of Commerce
R.R. 2, **Sauble Beach**, Ont. N0H 1P0
T. (519) 422-1685
Number of Members: 75

Sault Sainte Marie Chamber of Commerce
360 Great Northern Rd., **Sault Ste. Marie**, Ont. P6B 4Z7
T. (705) 949-7152, Fax (705) 759-8166, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1889
President: Larry Whalen, Managing Director: Gail Logan
Number of Members: 987

Scarborough Chamber of Commerce
100 Consilium Pl., **Scarborough**, Ont. M1H 3E3
T. (416) 296-0946
Number of Members: 900

Grand Manan Board of Trade
Grand Harbour, **Seal Grove**, N.B. E0G 1X0
T. (506) 662-3215
Number of Members: 100

Sechelt and District Chamber of Commerce
POB 360, **Sechelt**, B.C. V0N 3A0
T. (604) 885-3100
Number of Members: 116

Sedgewick Chamber of Commerce
POB 625, **Sedgewick**, Alta. T0B 4C0
T. (403) 384-3946

Selkirk and District Chamber of Commerce
319 Manitoba Av., **Selkirk**, Man. R1A 0Y6
T. (204) 482-8146

Chambre de Commerce de Senneterre
CP 747, **Senneterre**, Qué. J0Y 2M0
T. (819) 737-2694

Chambre de Commerce de Sept-Iles
700 Blvd. Laure, Bureau 04, **Sept-Iles**, P.Q. G4R 1Y1
T. (418) 968-3488, Fax (418) 968-3432, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1954

Chambre de Commerce de Saint-Ubalde
187 Chavigny, **Saint-Ubalde**, Qué. G0A 4L0
T. (418) 277-2929

Chambre de Commerce de Sainte-Adèle
CP 1166, **Sainte-Adèle**, Qué. J0R 1L0
T. (514) 229-6616

Chambre de Commerce de Sainte-Agathe-des-Monts
74 Saint-Vincent, **Sainte-Agathe-des-Monts**, Què. J8C 2a6
T. (819) 326-3480

Chambre de Commerce de Sainte-Brigitte de Laval
CP 196, **Sainte-Brigitte de Laval**, Qué. G0A 3K0
T. (418) 648-1644

Chambre de Commerce de Sainte-Claire
154 Rue Principale, **Sainte-Claire**, Qué. G0R 2V0
T. (418) 643-5347

Chambre de Commerce de Sainte-Croix
6604 M. Victorin, CP 488, **Sainte-Croix**, Qué. G0S 2H0
T. (418) 926-2178
Number of Members: 38

Chambre de Commerce de Sainte-Emilie de l'Energie
220 Rue Blais, **Sainte-Emilie de l'Energie**, Qué. J0K 2K0
T. (514) 886-2223

Chambre de Commerce de Sainte-Foy
2700 Blvd. Laurier, **Sainte-Foy**, Qué. G1V 4K5
T. (418) 651-7181

Chambre de Commerce de Sainte-Julienne
273 Principale, **Sainte-Julienne**, Qué. G0R 1Y0
T. (418) 383-3839

Chambre de Commerce de Sainte-Justine
273 Principale, **Sainte-Justine**, Qué. G0R 1Y0
T. (418) 383-3839

Chambre de Commerce Sainte-Marie de Beauce
287 Marguerite Bourgeois, CP 684, **Sainte-Marie de Beauce**, Qué. G6E 3C6
T. (418) 387-4250

Chambre de Commerce de Sainte-Perpetue de l'Islet
5 des Melezes, **Sainte-Perpetue**, Qué. G0R 3Z0

Chambre de Commerce de Mirabel
9529 Saint-Jean Baptiste, CP 236, **Sainte-Scholastique**, Qué. J0N 1S0
T. (514) 258-2474
Number of Members: 163

Chambre de Commerce de Groulx
CP 465, **Sainte-Thérèse**, Qué. J7E 4J8
T. (514) 430-4475

Chambre de Commerce de Sainte-Thérèse de Gaspe
CP 183, **Sainte-Thérèse de Gaspe**, Qué. G0C 3B0
T. (418) 368-2642

T. (514) 886-2777
Number of Members: 64

Chambre de Commerce d'Haut-Richelieu
245 Richelieu, CP 516, **Saint-Jean-sur-Richelieu**, Qué. J3B 6Z8
T. (514) 346-2544
Number of Members: 450

Chambre de Commerce de Saint-Jovite
517 Rue Charbonneau, CP 1590, **Saint-Jovite**, Qué. J0T 2H1
T. (819) 425-7778

Chambre de Commerce de Saint-Lambert de Lévis
750 Bellevue, **Saint-Lambert de Lévis**, Qué. G0S 2W0
T. (418) 622-0333

Chambre de Commerce de Saint-Laurent
5289 Blvd. Henri Bourassa , **Saint-Laurent**, Qué. H4R 1B7
T. (514) 333-5222

Chambre de Commerce de Saint-Léonard
8645 Champ d'Eau, **Saint-Léonard**, Qué. H1P 3B8
T. (514) 321-0112

Chambre de Commerce de Saint-Léonard de Portneuf
260 Rue Martel, **Saint-Léonard**, Qué. G0A 4A0
T. (418) 337-7150

Chambre de Commerce de Saint-Léonard d'Aston
528 de Station, CP 489, **Saint-Léonard d'Aston**, Qué. J0C 1M0
T. (819) 399-2673

Chambre de Commerce de Saint-Louis du Ha Ha
133 Rue Raymond, **Saint-Louis du Ha Ha**, Qué. G0L 3S0
T. (418) 854-2422

Chambre de Commerce de Saint-Martin de Beauce
CP 483, **Saint-Martin**, Qué. G0M 1B0
T. (418) 459-3441

Chambre de Commerce de Saint-Modeste
248 Principale, **Saint-Modeste**, Qué. G0L 3W0

Chambre de Commerce de Saint-Prime
CP 86, **Saint-Prime**, Qué. G0W 2W0
T. (418) 275-2461

Chambre de Commerce de Saint-Prosper
2420 Rue 14, **Saint-Prosper**, Qué. G0M 1Y0
T. (418) 228-8822

Chambre de Commerce de Saint-Raymond
605 Côte Joyeuse, **Saint-Raymond**, Qué. G0A 4G0
T. (418) 337-7078

Chambre de Commerce de Saint-Sauveur
Galeries des Monts, CP 1710, **Saint-Sauveur**, Qué. J0R 1R0
T. (514) 227-2637

Sparwood and District Chamber of Commerce
Aspen Dr., POB 1448, **Sparwood**, B.C. V0B 2G0
T. (604) 425-2423, Fax (604) 425-7130, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1983
President: Colin Curties
Number of Members: 75, Jurisdiction: Sparwood and District

Spirit River Chamber of Commerce
POB 930, **Spirit River**, Alta. T0H 3G0
T. (403) 864-3533

Spiritwood and District Chamber of Commerce
Main St., POB 279, **Spiritwood**, Sask. S0J 2M0
T. (306) 883-2391

Springdale Chamber of Commerce
POB 37, **Springdale**, Nfld. A0J 1T0

Springhill Chamber of Commerce
POB 1030, **Springhill**, N.S. B0M 1X0

Spruce Grove and District Chamber of Commerce
101 First Av., POB 600, **Spruce Grove**, Alta. T7X 2H4
T. (403) 962-2561, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1963
President: Marlene Paterson, Managing Director: Pamela Flynn
Number of Members: 219, International Services: yes

Squamish & Howe Sound Chamber of Commerce
37950 Cleveland Av., POB 1009, **Squamish**, B.C. V0N 3G0
T. (604) 892-9244, Fax (604) 892-2034, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1934
President: Ken Warkentin, Managing Director: Wendy Magee
Number of Members: 176

Chambre de Commerce de Squatec
90 St. Joseph, **Squatec**, P.Q. G0L 4H0

Saint Stephen-Milltown Chamber of Commerce
POB 369, **St. Stephen**, N.B. E3L 2X3

Steinbach Chamber of Commerce
225 Reimer Av., POB 1795, **Steinbach**, Man. R0A 2A0
T. (204) 326-9566
Number of Members: 168

Stephenville Chamber of Commerce
POB 28, **Stephenville**, Nfld. A2N 2K1
T. (604) 636-2484
Number of Members: 30

Stettler and District Chamber of Commerce
4820 50 St., POB 179, **Stettler**, Alta. T0C 2L0
T. (403) 742-3181, Office Hours: 9.00-16.00, Year of Establishment: 30
President: Karin Cleven, Managing Director: Mary-Lou Manson
Number of Members: 180, Jurisdiction: Stettler and District, International Services: no

Stewart-Hyder Chamber of Commerce
POB 306, **Stewart**, B.C. V0T 1W0

President: Hank Vissers, Managing Director: Marilyn Lee
Number of Members: 320

Simcoe and District Chamber of Commerce
76 Kent St. S, **Simcoe**, Ont. N3Y 2Y1
T. (519) 426-5867, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1888
President: Charlie Skinner, Managing Director: Bonnie Welsh
Number of Members: 279, Jurisdiction: Simcoe

Sioux Lookout Chamber of Commerce
POB 577, **Sioux Lookout**, Ont. P0V 2T0
T. (807) 737-1937
Number of Members: 120, International Services: no

Slave Lake Chamber of Commerce
POB 190, **Slave Lake**, Alta. T0G 2A0
T. (403) 849-3911

Smith Falls and District Chamber of Commerce
Town Hall, 77 Beckwith St. N, **Smith Falls**, Ont. K7A 2B8
T. (613) 283-1334, Office Hours: Monday-Friday 8.30-16.30
President: Kate Ryan, Managing Director: Beverly Cauley
Number of Members: 214

Smithers District Chamber of Commerce
1425 Main St., POB 2379, **Smithers**, B.C. V0J 2N0
T. (604) 847-5072, 847-9854, Fax (604) 847-3337, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1929
President: Gerry Blanchette, Managing Director: Geri Britton
Number of Members: 150, Jurisdiction: Smithers and Area

West Lincoln Chamber of Commerce
POB 555, **Smithville**, Ont. L0R 2A0
T. (416) 957-3751
Number of Members: 60

Smokey Lake and District Chamber of Commerce
POB 282, **Smokey Lake**, Alta. T0A 3C0

Snow Lake Chamber of Commerce
POB 301, **Snow Lake**, Man. R0B 1M0
T. (204) 358-2577

Sooke-Jordan River Chamber of Commerce
POB 18, **Sooke**, B.C. V0S 1N0
T. (604) 642-4631, 642-6112, 642-3121
Number of Members: 75

Shuswap Chamber of Commerce
POB 7, **Sorrento**, B.C. V0E 2W0
T. (604) 832-7546

Southampton Chamber of Commerce
Town Hall, Corner of High and Albert Sts., POB 464, **Southampton**, Ont. N0H 2L0
T. (519) 797-2215, 797-2015, Fax (519) 797-3088, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1971
President: Frikkie Nel, Managing Director: Gladys Thompson
Number of Members: 75, Jurisdiction: Southampton and District, International Services: no

President: Gilles Luckenuik, Managing Director: Ginette Lehoux
Number of Members: 601

Seton Portage-Shalalth Chamber of Commerce
Seton Portage, B.C. V0N 3B0
T. (604) 259-8318

Sexsmith Chamber of Commerce
POB 146, **Sexsmith**, Alta. T0H 3C0

Shaunavon Chamber of Commerce
90 Third Av. E, POB 1176, **Shaunavon**, Sask. S0N 2M0
T. (306) 297-2671

Chambre de Commerce de Shawinigan/Shawinigan-Sud
BP 397, **Shawinigan**, Que. G9N 6V1
T. (819) 536-5197, Office Hours: Monday-Friday 13.30-15.30, Year of Establishment: 1926
President: Christiane Lefèbvre, Managing Director: J. Emile Morin
Number of Members: 195, International Services: no

Greater Shediac Chamber of Commerce
POB 820, **Shediac**, N.B. E0A 3G0

Sheet Harbour Board of Trade
POB 52, **Sheet Harbour**, N.S. B0J 3B0

Chambre de Commerce de Rock Forest
356 Rue King Ouest, Bureau 401, **Sherbrooke**, Qué. J1H 1R4
T. (819) 564-2446

Chambre de Commerce de Sherbrooke
2290 Rue Hugo, **Sherbrooke**, Qué. J1J 3W5
T. (819) 565-1848

Sherwood Park and District Chamber of Commerce
POB 3103, **Sherwood Park**, Alta. T8A 2A6
T. (403) 464-0801, Year of Establishment: 1977
President: Vern Hartwell, Managing Director: Diana Toupin
Number of Members: 300, Jurisdiction: Sherwood Park and District, International Services: yes

Chambre de Commerce de Shippagan
C.P. 201, **Shippagan**, N.B. E0B 2P0
T. (506) 727-6622

De Petite Rivière Chamber of Commerce
CP 108, **Shippagan**, N.B. E0B 2P0
T. (506) 336-8357

Sicamous and District Chamber of Commerce
End of Main St., POB 346, **Sicamous**, B.C. V0E 2V0
T. (604) 836-3313, Fax (604) 836-4368, Office Hours: Monday-Friday 9.30-16.00
President: Betty Durochner, Managing Director: Barbara Schulz
Number of Members: 120, Jurisdiction: Sicamous, Mara, Malakwa, International Services: no

Saanich Peninsula Chamber of Commerce
10382 Patricia Bay Hwy., POB 2014, **Sidney**, B.C. V8L 3S3
T. (604) 656-3616, Fax (604) 656-7111, Office Hours: Monday-Sunday 8.30-21.00, Year of Establishment: 1947

The Pas and District Chamber of Commerce
Devon Park, POB 996, **The Pas**, Man. R9A 1L1
T. (204) 623-7256, Year of Establishment: 1913
President: Jack Lane, Managing Director: Marybelle Bushko
Number of Members: 187

Chambre de Commerce d'Amiante
131 Notre Dame Sud, **Thetford Mines**, Qué. G6G 1J4
T. (418) 338-3555

South Shore Board of Trade
POB 5, **Thomasville**, N.S. B0W 1E0

Thompson Chamber of Commerce
4 Nelson Rd., POB 567, **Thompson**, Man. R8N 1N4
T. (204) 677-4155, Office Hours: 13.00-14.30
President: Loretta Clark
Number of Members: 105, Jurisdiction: Manitoba

Thorhild Chamber of Commerce
POB 384, **Thorhild**, Alta. T0A 3J0
T. (403) 398-3779

Thorold Chamber of Commerce
POB 66, **Thorold**, Ont. L2V 3Y7
T. (416) 227-5294
Number of Members: 110

Thorsby and District Chamber of Commerce
POB 397, **Thorsby**, Alta. T0C 2P0
T. (403) 789-3741

Three Hills and District Chamber of Commerce
POB 277, **Three Hills**, Alta. T0M 2A0
T. (403) 443-5133

Thunder Bay Chamber of Commerce
857 N May St., POB 2000, **Thunder Bay**, Ont. P7C 4Y4
T. (807) 622-9643, Fax (807) 623-2296, Office Hours: 8.30-16.30, Year of Establishment: 1970
President: Ruth Armstrong, Managing Director: Nancy Fisher
Number of Members: 906, Jurisdiction: City of Thunder Bay and District

Tilbury and District Chamber of Commerce
POB 1355, **Tilbury**, Ont. N0P 2L0
T. (519) 682-1406
Number of Members: 85

Tillsonburg District Chamber of Commerce
2 Library Ln., POB 113, **Tillsonburg**, Ont. N4G 4H3
T. (519) 842-5571
Number of Members: 98

Tisdale and District Chamber of Commerce
1004 102 Av., POB 219, **Tisdale**, Sask. S0E 1T0
T. (306) 873-4263, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00
President: Roland Zimmer
Number of Members: 110

Tobermory Chamber of Commerce
POB 250, **Tobermory**, Ont. N0H 2R0
T. (519) 596-2452
Number of Members: 60

Surrey Regional Chamber of Commerce
15105A 105 Av., **Surrey**, B.C. V3R 7G9
T. (604) 581-7130, Fax (604) 588-7549, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1964
President: Steven Sharpe, Managing Director: Dianne Remple
Number of Members: 1200, Jurisdiction: Municipality of Surrey, International Services: yes

Sussex and District Chamber of Commerce
POB 1204, **Sussex**, N.B. E0E 1P0
T. (506) 433-3614

Swan Hills Chamber of Commerce
Town Admin. Bldg., POB 540, **Swan Hills**, Alta. T0G 2C0
T. (403) 333-2224
Number of Members: 50

Swan River Chamber of Commerce
POB 1540, **Swan River**, Man. R0L 1Z0
T. (204) 734-3102/05
Number of Members: 186

Swift Current Chamber of Commerce
Rte. 35, Mobile Delivery, **Swift Current**, Sask. S9H 3X6
T. 773-7268, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1908
President: Bill Mann, Managing Director: Marlene Arndt
Number of Members: 350, International Services: yes

Industrial Cape Breton Board of Trade
140 Pitt St., POB 131, **Sydney**, N.S. B1S 1A4
T. (902) 564-6453
Number of Members: 430

Sylvan Lake Chamber of Commerce
POB 815, **Sylvan Lake**, Alta. T0M 1Z0
T. (403) 887-3776
Number of Members: 35

Taber Chamber of Commerce
POB 2735, **Taber**, Alta. T0K 2G0
T. (403) 223-2265
Number of Members: 120

Tatamagouche and Area Chamber of Commerce
POB 272, **Tatamagouche**, N.S. B0K 1V0
T. (902) 657-2847, 657-3222
Number of Members: 50

Tavistock Men's Club and Board of Trade
POB 777, **Tavistock**, Ont. N0B 2R0
T. (519) 655-2026
Number of Members: 70

Belmore Chamber of Commerce
R.R. 2, **Teeswater**, Ont. N0G 2J0
T. (519) 392-8215
Number of Members: 98

Chambre de Commerce de Temiscaming
CP 390, **Temiscaming**, Qué. J0Z 3R0
T. (819) 627-3355

Terrace and District Chamber of Commerce
POB 107, **Terrace**, B.C. V8G 4A2
T. (604) 635-2063

Stonewall and District Chamber of Commerce
POB 100, **Stonewall**, Man. R0C 2Z0
T. (204) 467-5589

Stoney Creek Chamber of Commerce
6 King St. E, POB 9368, **Stoney Creek**, Ont. L8G 4S1
T. (416) 664-4000, Office Hours: Monday-Thursday 9.30-17.00, Friday 9.30-13.00
President: Sandra McLeod, Managing Director: Michelle E. Coburn
Number of Members: 255

Stony Plain and District Chamber of Commerce
5010-51 Av., POB 1860, **Stony Plain**, Alta. T0E 2G0
T. (403) 963-4545, Office Hours: Monday-Friday 9.00-13.00 and 14.00-17.00, Year of Establishment: 1958
President: Lynne Scheideman, Managing Director: Sharon Dumont
Number of Members: 129, Jurisdiction: Town of Stony Plain, some of County of Parkland

Stratford Chamber of Commerce
38 Albert St., **Stratford**, Ont. N5A 3K3
T. (519) 273-5250, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1860
President: Lynn Riddell, Managing Director: Nancy Bomasuit
Number of Members: 300, Jurisdiction: Stratford, International Services: yes

Strathmore and District Chamber of Commerce
POB 1299, **Strathmore**, Alta. T0J 3H0
T. (403) 934-4013

Innisfil Chamber of Commerce
POB 262, **Stroud**, Ont. L0L 2M0
T. (705) 722-3430
Number of Members: 85

Sturgeon Falls and District Chamber and Commerce
POB 840, **Sturgeon Falls**, Ont. P0H 2G0
T. (705) 753-1079
Number of Members: 100

Sudbury and District Chamber of Commerce
100 Elm St., **Sudbury**, Ont. P3C 1T5
T. (705) 673-7133, Fax (705) 673-2944, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1895
President: Eric N. Kannen, Managing Director: Debbi M. NicholsonNumber of Members: 1400, Jurisdiction: Sudbury Region

Summerland Chamber of Commerce
7519 Praire Valley Rd., POB 1075, **Summerland**, B.C. V0H 1Z0
T. (604) 494-2686, Fax (604) 494-4039, Year of Establishment: Monday-Friday 9.00-17.00
President: Madge Frigon, Managing Director: Alan Forsdick
Number of Members: 180, Jurisdiction: Okanagan

Greater Summerside Chamber of Commerce
267 Water St., **Summerside**, P.E.I. C1N 1B5
T. (902) 436-9651, Fax (902) 436-8320, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1900
President: Wendell J. Gallant, Managing Director: Royce D. Greene
Number of Members: 500, Jurisdiction: Greater Summerside Area

Vermilion & District Chamber of Commerce
POB 71, **Vermilion**, Alta. T0B 4M0
T. (403) 853-6593

Vernon and District Chamber of Commerce
3700 33 St., **Vernon**, B.C. V1T 5T6
T. (604) 545-0771, Fax (604) 545-3114, Office Hours: Winter 8.30-16.30, Summer 8.00-20.00, Year of Establishment: 1897
President: Morgan Thomas, Managing Director: Claudette Everitt
Number of Members: 650, Jurisdiction: Vernon and District

Veteran and Community Board of Trade
POB 555, **Veteran**, Alta. T0C 2S0
T. (403) 575-2188

Greater Victoria Chamber of Commerce
525 Fort St., **Victoria**, B.C. V8W 1E8
T. (604) 383-7191, Fax (604) 385-3552, Office Hours: 9.00-16.30, Year of Establishment: 1863
President: William McCreadle, Managing Director: Brian J. Small
Number of Members: 1400, Jurisdiction: Greater Victoria

Juan de Fuca Chamber of Commerce
697 Goldstream Av., **Victoria**, B.C. V9B 2X2
T. (604) 478-1130, 478-3242
Number of Members: 265

Viking and District Chamber of Commerce
POB 808, **Viking**, Alta. T0B 4N0
T. (403) 336-4783

Chambre de Commerce de Saint-Lin des Laurentides
194 Rte. 335, CP 537, **Ville des Laurentides**, Qué. J0R 1C0
T. (514) 439-7027

Chambre de Commerce de Ville-Marie
CP 184, **Ville-Marie**, Qué. J0Z 3W0

Chambre de Commerce de Villebois
Rang 6 et 7 Ouest, **Villebois**, Qué. J0V 3V0

Vilna and District Chamber of Commerce
POB 315, **Vilna**, Alta. T0A 3L0

Lincoln Chamber of Commerce
POB 163, **Vineland**, Ont. L0R 1S0
T. (416) 562-4773, 562-7686, 562-5844
Number of Members: 90

Virden and District Chamber of Commerce
POB 899, **Virden**, Man. R0M 2C0
T. (204) 748-2959

Vita and District Chamber of Commerce
POB 37, **Vita**, Man. R0A 2K0
T. (204) 425-3218

Vulcan and District Chamber of Commerce
POB 385, **Vulcan**, Alta. T0L 2B0
T. (403) 485-2760

Two Hills and District Chamber of Commerce
POB 577, **Two Hills**, Alta. T0B 4K0
T. (403) 657-3787, 657-3589, 657-2752
Number of Members: 65

Ucluelet-Port Albion Chamber of Commerce
POB 428, **Ucluelet**, B.C. V0R 3A0
T. (604) 726-4641

Unity Chamber of Commerce
113 Main St., POB 369, **Unity**, Sask. S0K 4L0
T. (306) 228-3808

Uxbridge and District Chamber of Commerce
POB 640, **Uxbridge**, Ont. L0C 1K0
T. (416) 852-7683
Number of Members: 90

Chambre de Commerce de Val David
Chemin de la Rivière, **Val David**, Qué. J0T 2N0

Val Marie Chamber of Commerce
POB 22, **Val Marie**, Sask. S0N 2T0
T. (306) 298-2211

Chambre de Commerce de Val d'Or
1130 8e Rue, **Val d'Or**, Qué. J9P 3N6
T. (819) 825-3312

Chambre de Commerce de Val Paradis
Val Paradis, Qué. J0Z 3S0

Chambre de Commerce d'Ely
CP 250, **Valcourt**, Qué. J0E 2L0
T. (514) 532-3883

Chambre de Commerce de Valleyfield
139 Rue Salaberry, **Valleyfield**, Qué. J6T 2M8
T. (514) 371-2221

Valleyview and District Chamber of Commerce
POB 660, **Valleyview**, Alta. T0H 3N0
T. (403) 524-3628

British Columbia Chamber of Commerce
750 Pacific Blvd. S, POB 30, **Vancouver**, B.C. V6B 5E6
T. (604) 683-0700

Kitsilano Chamber of Commerce
POB 34369, Station D, **Vancouver**, B.C. V6J 4P3
T. (604) 731-5208

Vancouver Board of Trade
400-999 Canada Pl., **Vancouver**, B.C. V6C 3C1
T. (604) 681-2111

Vanderhoof and District Chamber of Commerce
POB 126, **Vanderhoof**, B.C. V0J 3A0
T. (604) 567-4459

Chambre de Commerce de Varennes
2100 René-Gauthier, **Varennes**, Qué. J0L 2P0
T. (514) 652-2957

Vegreville and District Chamber of Commerce
4829 50 St., POB 877, **Vegreville**, Alta. T0B 4L0
T. (403) 632-2771, Office Hours: 9.00-16.00, Year of Establishment: 1906
President: Dan Giebelhaus, Managing Director: Terry Soldan
Number of Members: 170

Tofino-Long Beach Chamber of Commerce
POB 476, **Tofino**, B.C. V0R 2Z0
T. (604) 725-4434

Board of Trade Metropolitan Toronto
3 First Canadian Pl., **Toronto**, Ont. M5X 1C1
T. (416) 366-6811
Number of Members: 15000

Canadian Chamber of Commerce
2109-120 Adelaide St. W, **Toronto**, Ont. M5H 1T1
T. (416) 868-6415, Fax (416) 868-0189

Ontario Chamber of Commerce
2323 Jonge St., **Toronto**, Ont. M4P 2C9
T. (416) 482-5222
Number of Members: 65000

Tracadie Chamber of Commerce
CP 1047, **Tracadie**, N.B. E0C 2B0
T. (506) 395-6927
Number of Members: 110

Chambre de Commerce de Sorel-Tracy-Metro
614 Rte. Marie-Victorin, **Tracy**, Qué. J3R 1K7
T. (514) 742-5921

Trail District Chamber of Commerce
2815 Highway Dr., **Trail**, B.C. V1R 2T1
T. (604) 368-3144, Fax (604) 368-6427, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1901
President: Hugh Brown, Managing Director: Helen Secco
Number of Members: 130

Treherne Chamber of Commerce
POB 334, **Treherne**, Man. R0G 2V0
T. (204) 723-2165

Chambre de Commerce du District de Trois-Rivières
168 Bonaventure, CP 1045, **Trois Rivières**, Qué. G9A 5K4
T. (819) 375-9628, Fax (819) 375-9083, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1881
President: Claude Lefèbvre, Managing Director: Mario Côté
Number of Members: 800

Chambre de Commerce de Trois-Pistoles
82 Rue 1 Ouest, CP 1766, **Trois-Pistoles**, Qué. G0L 4K0
T. (418) 851-2060

Truro and District Chamber of Commerce
POB 56, **Truro**, N.S. B2N 5B6
T. (902) 895-6328, Fax (902) 893-8783, Office Hours: 9.00-16.00, Year of Establishment: 1890
President: Phil Cole, Managing Director: R.A. Hoegg
Number of Members: 250, Jurisdiction: Truro and Area

Tumbler Ridge and District Chamber of Commerce
102-230 Main St., POB 606, **Tumbler Ridge**, B.C. V0C 2W0
T. (604) 242-4702
Number of Members: 75

Turtleford Chamber of Commerce
Main St., POB 183, **Turtleford**, Sask. S0M 2Y0
T. (306) 845-2066

Whitecourt, Alta. T0E 2L0
T. (403) 778-5363, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1959
President: Allan MacFarlane, Managing Director: Imtraud Edgell
Number of Members: 180, Jurisdiction: Whitecourt and District, International Services: yes

Yukon Chamber of Commerce
302 Steele St., Ste. 101, POB 4367, **Whitehorse**, Yukon Y1A 2C5
T. (403) 667-2000, Fax (403) 667-7556, Year of Establishment: 1985
Managing Director: April Neave

Williams Lake and District Chamber of Commerce
1148 S Broadway, **Williams Lake**, B.C. V2G 2V4
T. (604) 392-5025, Fax (604) 392-4214, Office Hours: 9.00-17.00
President: Chuck Brown, Managing Director: Claudia Jensen
Number of Members: 104, Jurisdiction: Williams Lake, Wildwood, International Services: yes

Windsor Board of Trade
POB 2188, **Windsor**, N.S. B0N 2T0
T. (902) 798-5717
Number of Members: 200

Windsor and District Chamber of Commerce
500 Riverside Dr. West, **Windsor**, Ont. N9A 5K6
T. (519) 256-2641, Office Hours: Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1876
President: George W. King, Managing Director: Mark L. Jacques
Number of Members: 1100, Jurisdiction: Windsor and District, International Services: no

Chambre de Commerce de Windsor
38 Principale Nord, **Windsor**, Qué. J1S 2C2
T. (819) 845-4796

Winfield Chamber of Commerce
POB 30, **Winfield**, Alta. T0C 2X0

Winkler and District Chamber of Commerce
POB 808, **Winkler**, Man. R6W 4A9
T. (204) 325-9758, Office Hours: 9.00-17.00
President: Abe Wiebe
Number of Members: 113

Manitoba Chamber of Commerce
750-167 Lombard Av., **Winnipeg**, Man. R3B 0V6
T. (204) 942-2561, Fax (204) 942-2227, Office Hours: 8.30-16.30
President: Brian Kelly, Managing Director: Anne Doherty

Saint James-Assiniboia Chamber of Commerce
200 Berry St., **Winnipeg**, Man. R3J 1N2
T. (204) 888-1574, Office Hours: September-June 9.00-14.00, Year of Establishment: 1930
Managing Director: M. Lauhn-Jensen
Number of Members: 150, Jurisdiction: Saint James-Assiniboia

Winnipeg Chamber of Commerce
167 Lombard Av., Ste. 500, **Winnipeg**, Man. R3B 3E5
T. (204) 944-8484, Fax (204) 944-8492, Office Hours: 8.30-16.30, Year of Establishment: 1873
President: Herb Middlestead, Managing Director: Bill Draper
Number of Members: 1750, Jurisdiction: Winnipeg, International Services: yes

Chambre de Commerce de Weedon
295 2e Av., **Weedon**, Qué. J0B 3J0
T. (819) 877-2897

Greater Welland Chamber of Commerce
32 E Main St., **Welland**, Ont. L3B 3W3
T. (416) 732-7515, Office Hours: 9.00-17.00, Year of Establishment: 1889
President: Peter Everest, Managing Director: Belva Palmer
Number of Members: 250, Jurisdiction: Greater Welland

Wells and District Chamber of Commerce
POB 123, **Wells**, B.C. V0K 2R0
T. (604) 994-3325

West Vancouver Chamber of Commerce
2-659 Clyde Av., **West Vancouver**, B.C. V1T 1C8
T. (604) 926-6614
Number of Members: 162

Westbank and District Chamber of Commerce
POB 571, **Westbank**, B.C. V0H 2A0
T. (604) 768-2077

Westlock and District Chamber of Commerce
POB 2288, **Westlock**, Alta. T0G 2L0
T. (403) 349-4444
Number of Members: 120

Westport and District Chamber of Commerce
POB 157, **Westport**, Ont. K0G 1X0
T. (613) 273-3193
Number of Members: 50

Wetaskiwin Chamber of Commerce
4910-55a St., POB 6327, **Wetaskiwin**, Alta. T9A 2G1
T. (403) 352-5005
Number of Members: 210

Weyburn Chamber of Commerce
76 Third St., PO Drawer 97, **Weyburn**, Sask. S4H 2J8
T. (306) 842-7419

Whistler Chamber of Commerce
POB 181, **Whistler**, B.C. V0N 1B0
T. (604) 932-5528
Number of Members: 200

Whitby Chamber of Commerce
137 Byron St. N, POB 268, **Whitby**, Ont. L1N 4M8
T. (416) 668-4506, Fax (416) 668-1894, Office Hours: Monday-Friday 9.00-16.00, Year of Establishment: 1928
President: Robert Stanley, Managing Director: Debra Filip
Number of Members: 415, Jurisdiction: Whitby, International Services: no

White Rock and South Surrey Chamber of Commerce
1554 Foster St., **White Rock**, B.C. V4B 3X8
T. (604) 536-6844
Number of Members: 280

Whitecourt and District Chamber of Commerce
Pine Road and Highway St., POB 1011,

Wainwright and District Chamber of Commerce
POB 935, **Wainwright**, Alta. T0B 4P0
T. (403) 842-4910, Office Hours: Monday, Thursday, Friday 9.00-12.00, Year of Establishment: 1952
President: Norman Coleman
Number of Members: 80

Walkerton Chamber of Commerce
POB 1344, **Walkerton**, Ont. N0G 2V0
T. (519) 881-2223
Number of Members: 130

Warman and District Chamber of Commerce
502 N Railway St. W, POB 741, **Warman**, Sask. S0K 4S0
T. (306) 933-4343

Warner and District Chamber of Commerce
POB 323, **Warner**, Alta. T0K 2L0

Chambre de Commerce de Bois Francs
17 Sainte-Jeanne d'Arc, **Warwick**, Qué. G0C 1E0
T. (819) 358-2083

Wasaga Beach Chamber of Commerce
35 Dunkerron St., POB 10, **Wasaga Beach**, Ont. L0L 2P0
T. (705) 429-2247
Number of Members: 200

Flamborough Chamber of Commerce
80 Hamilton St. N, POB 1030, **Waterdown**, Ont. L0R 2H0
T. (416) 689-7650
Number of Members: 214

Waterloo Chamber of Commerce
5 Bridgeport Rd. , **Waterloo**, Ont. N2L 2X9
T. (519) 886-2440
Number of Members: 825

Chambre de Commerce de Waterloo
CP 248, **Waterloo**, Qué. J0E 2N0
T. (514) 539-0475

Waterton Chamber of Commerce
Tamarack Mall, POB 55, **Waterton**, Alta. T0K 2M0
T. (403) 859-2203, Office Hours: June-September 9.00-21.00, Year of Establishment: 1940
President: Duncan Brown, Managing Director: Brian Baker
Number of Members: 40, Jurisdiction: Waterton Lakes National Park

Watrous and District Chamber of Commerce
POB 430, **Watrous**, Sask. S0K 4T0
T. (306) 946-3441
Number of Members: 76

Watson and District Chamber of Commerce
First St. W, **Watson**, Sask. S0K 4V0
T. (306) 287-3696

Wawa and District Chamber of Commerce
POB 858, **Wawa**, Ont. P0S 1K0
T. (705) 856-7184
Number of Members: 100

Yellowknife Chamber of Commerce
POB 906, **Yellowknife**, Yuk. X1A 2N7
T. (403) 920-4944

Yorkton Chamber of Commerce
131 E Broadway St., POB 1051, **Yorkton**, Sask. S3N 2X3
T. (306) 783-4368, Fax Monday-Friday 9.00-17.00, Year of Establishment: 1898
President: Terry Ortynsky, Managing Director: Ruth Shaw
Number of Members: 225, International Services: yes

Youngstown and District Chamber of Commerce
POB 122, **Youngstown**, Alta. T0J 3P0
Number of Members: 25

Zurich and District Chamber of Commerce
Zurich, Ont. N0M 2T0
T. (519) 236-4912
Number of Members: 22

South Cariboo Chamber of Commerce
POB 2312, **100 Mile House**, B.C. V0K 2E0

T. (604) 395-5353
Number of Members: 107

Chambre de Commerce de Woburn
R.R. 1, 390 Clinton, **Woburn**, Qué. G0Y 1R0
T. (819) 544-4834

Wolseley and District Chamber of Commerce
Sherbrooke St., POB 400, **Wolseley**, Sask. S0G 5H0
T. (306) 698-2513

Woodstock Chamber of Commerce
POB 1929, **Woodstock**, N.B. E0J 2B0
T. (506) 328-8256

Woodstock District Chamber of Commerce
POB 24, **Woodstock**, Ont. N4S 7W5
T. (519) 539-9411
Number of Members: 258

Wynyard and District Chamber of Commerce
POB 126, **Wynyard**, Sask. S0A 4T0
T. (306) 554-3016

Yarmouth Chamber of Commerce
POB 532, **Yarmouth**, N.S. B5A 3W4

Yellowknife Chamber of Commerce
4501 48 St., POB 906, **Yellowknife**, N.T. X1A 2N7
T. (403) 920-4944, Fax (403) 920-4644, Office Hours: 8.30-17.00, Year of Establishment: 1944
President: John Vertes, Managing Director: Dorothy D. Barkley
Number of Members: 350, Jurisdiction: City of Yellowknife, International Services: yes

اطلاعیه

سرویس مسافری هلی کوپتری
برای صاحبان صنایع در محدوده تهران بزرگ

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران برای جلوگیری از تضییع وقت مدیران و کارشناسان بنگاههای اقتصادی و به منظور رفع مشکلات مربوط به ایاب و ذهاب روزانه بین انبارها ،کارخانه‌ها و کارگاههای واقع در شهرکهای صنعتی و مناطق جنوبی، جنوب شرقی، جنوب غربی و نواحی مسکونی شمال و شمال غربی تهران بزرگ، پیشنهاد برقراری سرویس مسافری هلی کوپتری در مسیرهای یاد شده را به مرکز خدمات هوایی وزارت پست و تلگراف و تلفن داده که خوشبختانه با پذیرش این مرکز روبه رو شده‌است.

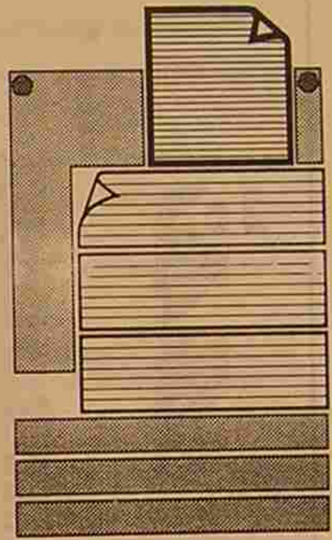
به منظور فراهم ساختن مقدمات اجرائی این طرح و تهیه آمار از تعداد متقاضیان، کلیه صاحبان و مدیران و کارشناسان صنایع که در مسیرهای رفت و برگشت روزانه میان محل کار و سکونت خود مایل به استفاده از سرویس هلی‌کوپتری مزبور هستند می‌توانند درخواستهای خود را با ذکر نوع فعالیت ، نشانی پستی، شماره تلفن و فکس کارخانه یا کارگاه کتباً به دفتر دبیرکل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران ارسال دارند.

ضمناً تلفن داخلی شماره ۲۰۴ اتاق در ساعات اداری ایام هفته آماده پاسخگویی به پرسش‌های شما خواهدبود.

جزییات مربوط به نحوه و زمان شروع اجرای طرح متعاقباً اعلام خواهد شد.

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

اطلاعیه ها



اطلاعیه

به منظور تسهیل امکان دسترسی واستفاده کلیه همکاران گرامی از منابع آماری ،اطلاعات اقتصادی، بازرگانی ... وهمچنین گزارشهای ویژه واختصاصی ادواری که به مرکز تحقیقات وبررسیهای اقتصادی اتاق واصل می‌گردد. فایل‌های مربوط به شرح زیر ومنحصرا" جهت استفاده در کتابخانه آماده است.

- فایل "اخباراقتصادی روز" ازانتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "آمارهای اقتصادی" از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "حسابهای اقتصادی" از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل " شاخص بهای کالاها وخدمات مصرفی" از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "بولتن مالی اقتصادی بین‌المللی" از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "گزارش شاخصهای ماهانه اقتصادی" ازانتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "گزارشهای هزینه خانواده" از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- فایل "بولتن روزانه وزارت بازرگانی" تهیه شده توسط موسسه پژوهشهای بازرگانی
- فایل مجلات خارجی
- فایل مجلات داخلی
- فایل "گزارشهای ویژه اقتصادی" واصله از وزارت امورخارجه و نمایندگیهای کشور در سایر کشورها حسب کشور
- فایل "گزارشهای اختصاصی ادواری" واصله از سازمانهای مختلف
- فایل "بررسی وضع اقتصادی - ارزی کشورهای عمده،نرخهای بهره وقیمت طلا ونفت از انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

مرکز تحقیقات وبررسیها اقتصادی

علاقه‌مند به همکاری

شرکت MAK BEN ENTERPRISE از کشوربنگلادش آمادگی دارد که در ازای ماهانه ۱۰۰ دلار آمریکا به عنوان کارگزار شرکت‌های ایرانی باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

MAK BEN ENTERPRISE
48 DILKUSHA C/A(2ND FLOOR)
DHAKA.BANGLADESH
FAX:880-2-863478/880-2-245600
Tel:880-2-245600

کنفرانس جهانی تجارت درهند

سفارت هند در تهران به اطلاع علاقه‌مندان می‌رساند که ازتاریخ ۷ لغایت ۹ دسامبر۱۹۹۵ (۱۶ الی ۱۸ آذرماه ۷۴) یک کنفرانس جهانی در رابطه با تجارت وسرمایه گذاری هند در شهربمبئی برگزار خواهد شد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

MS.RUPA NAIK
Executive Secretary
THE ALL INDIA ASSOCIATION OF INDUSTRIES 106,Uttam House,69,
P.D Mello Road, Bombay 400 009
Tel:341 2632/2643
Fax:022-341 5685

قابل توجه علاقه مندان

بنابرتصمیم اجلاس کمیته راه‌اندازی اتاق‌های گروه ۷۷ که درسال ۱۹۹۴ در پاکستان برگزار شد، فدراسیون اتاق‌های بازرگانی و صنایع پاکستان، چاپ سوم جدیدترین اطلاعات تجاری، کشاورزی وصنعتی ۱۲۸ کشورعضوگروه ۷۷ رامنتشر کرده است و آن را بصورت رایگان درهفتمین اجلاس عمومی که از تاریخ ۶لغایت ۸نوامبر۱۹۹۵ (۱۵ الی ۱۷ آبان ماه ۷۴)درکراچی برگزار خواهد شد ، توزیع می‌نماید.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

Federation House, Main Clifton,
KARACHI-75600(PAKISTAN)
Tel:5873691-94(PABX)
Fax:92-21-5874332

برگزاری شورای جهانی کارآفرینان در پاکستان

اولین جلسه شورای جهانی صنایع کوچک ومتوسط

WORLD ASSOCIATION FOR SMALL&MEDIUM ENTERPRISES

ازتاریخ ۲۳ لغایت ۲۹ ژانویه ۹۶ (۳الی ۹بهمن ۷۴)در دهلی نوبرگزار می‌شود.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

WASME
SECRETARIAT 27 NEHRU PLACE,NEW DELHI
110019.INDIA
Tel: 641-1417,641-4058
Fax:011-6852170,011-6442728
Tlx:031-73111
WASM IN-031-63493 SKG IN

مزایده واحدهای صنعتی درقرقیرستان

بنابراطلاع سفارت جمهوری اسلامی ایران دربیشکک، کمیته اموال دولتی وخصوصی سازی قرقیزستان درصدد واگذاری ۱۲ واحد صنعتی در زمینه‌های شیشه وکریستال - پشم - موادغذائی و بخش‌های معدنی از طریق مزایده طی روزهای ۱۷ و۱۸ آبان ماه سال جاری می‌باشد.

لازم به ذکر است که گروه ISA با کمیته

۱- خریدار انواع مرمر وگرانیت :

A e L.CROCI & C.
VIALE GABRIELE
D'ANNUNZIO 7
20123 MILANO MI
Tel:0039-2-89401428
Fax:0039-2-8357088

۲- خریدارچرم - موادغذایی کنسروشده، میخ وسیم مسی:

FATTORIA BOTTOS
VIAZUCCHERIFICIO 29
33078 SAN VITO AL
TAGLIAMENTO PN
Tel:0039-434-80027
Fax:0039-434-875343

۳- خریدار مواد نساجی:

COMATEX SRL
VIA CAVOUR 9
24064 GRUMELLO DEL
MONTE BG
Tel:0039-35-830001
Fax:0039-35- 832948

۴- خریدارپوشاک:

FUMAGALLI GIOVANNI&C.
SAS
VIA GAGGIO 10
22060 NIBIONNO CO
Tel:0039-31-690813
Fax:0039-31-690286

۵- خریدار فرش:

CHI.M.A.SNC
VIA RIETI 5
25125 BRESCIA BS
TEL.0039-30-3541028
FAX.0039-30-3540519

۶- خریدارکشمش :

ESSETRE COMMERCIALE
SRL
VIA STADIO 12
26025 PANDINO CR
TEL.0039-373-982701
FAX.0039-373-982703

۷- خریدار دوده سیاه جهت تولید لاستیک:

ITALARMS SRL
VIA MARIO PAGANO 71
20145 MILANO MI
TEL.0039-2-462060
FAX.0039-2-462040

۸- خریدارپوشاک وحوله ورومیزی وپرده :

ITALINK SNC
VIA MARIO PAGANO 4
20145 MILANO MI
TEL.0039-2-3450655
FAX.0039-2-33603482

۹- خریدارعدس ولپه :

PAVES COMMERCIALE SRI
VIA A. DI DIO 7
21057 OLGIATE OLONA
VA
TEL.0039-337-312859
FAX.0039-337-604691

۱۰- خریدارپنبه

RICHARD SALMONA
VIA DONATI 16
20146 MILANO MI
TEL.0039-2-4987726
FAX.0039-2-48017693

۱۱- خریدارموادنساجی مصنوعی (پلی استر وآکریلیک)

SIMP SPA
STRADA TROSSI 16
13030 VERRONE BI
TEL.0039-15-2558454
FAX.0039-15-8353515

۱۲- خریدار رنگ‌ها

STUDIO TAMBURINI
VIA FORNARI 46
20146 MILANO MI
TEL/FAX 0039-2-
48704572

۱۳- خریدار روغن آفتابگردان

ALCLATI SRI
VIA DI VITTORIO 14/16
21029 VERGIATE VA
TEL.0039-331-948500
FAX.0039-331-948881

۱۴- خریدارلاستیک مصنوعی

BASLINI SPA
VIA E.BASLINI 1
24047 TREVIGLIO BG
TEL.0039-363-310355/54
FAX.0039-363-310300

۱۵- خریدارچوب گردو

GIULIO BUGGIANI
VIA BEATO ANGELICO 24
50053 EMPOLI FI
TEL.0039-571-80376
FAX.0039-322-589784

۱۶- خریدارسیم تلفن وبرق

CARTIERA DI NEBBIUNO
SRL
VIA PRIVATA CARTIERA
28010 NEBBIUNO NO
TEL.0039-322-58103/4
FAX.0039-322-589784

۱۷- خریدارموادشیمیائی (سولفات سدیم)

G.D.M.CO SRL
CONTRA'PORTA SANTA
LUCIA 61
36100 VICENZA VI
TEL.0039-444-303322
FAX.0039-444-515842/
961297

۱۸- خریدار میخ وپیچ

VITERIE VENETE SRL
VIALE DELL'INDUSTRIA
32
35129 PADOVA PD
TEL.0039-49-8298411
FAX.0039-49-8070873

اشتراک نشریات اتاق

خواننده عزیز، در صورتی که علاقمند به دریافت مستمر نشریات اتاق می‌باشید،
لطفاً نسبت به اشتراک آنها اقدام فرمائید.

کارت اشتراک

IRAN COMMERCE

IRAN CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRIES AND MINES' QUARTERLY MAGAZINE

خوانندهٔ عزیز - با خرسندی باطلاع شما می‌رسانیم که فصلنامه «ایران کامرس» به زبان انگلیسی در شمار نشریات تخصصی اقتصادی و بازرگانی کشورمان قرار گرفت.

آرزو داریم که هر شمارهٔ نشریه «ایران کامرس» به‌طور محسوسی از شمارهٔ قبل بهتر و کامل‌تر بدست شما برسد.

این فصلنامه در سراسر جهان در محافل اقتصادی، بازرگانی و صنعتی توزیع می‌شود. امیدواریم شما هم با قبول اشتراک این نشریه از یک طرف به ادامهٔ انتشار آن کمک فرمائید و از سوی دیگر با اظهار نظرهای مفید و سازندهٔ خود و ارسال مطالب، به تکامل آن کمک فرمائید.

حق اشتراک سالانهٔ فصلنامه برای داخل کشور ۱۵۰۰۰/- ریال و برای خارج از کشور ۳۰ دلار است.

لطفاً حق اشتراک ریالی را به حساب جاری ۱۰۱۱۰ بانک ملت، شعبه شرکت نفت، خیابان طالقانی - تهران و حق اشتراک دلاری را به حساب جاری ۶۰۰۱۰۷ بانک ملی خشایار، خیابان طالقانی - تهران واریز فرموده و اصل برگ واریز را همراه با کارت اشتراک تکمیل شده به نشانی تهران - ۱۵۸۱۴ خیابان طالقانی، شماره ۲۵۲ صندوق پستی ۲۶۷۱-۱۵۸۷۵، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، روابط عمومی ارسال فرمائید.

برای کسب اطلاع بیشتر با تلفن ۸۳۸۳۲۷ تماس حاصل نمائید.

نام مؤسسه ________
شماره کارت عضویت ________
نام و نام‌خانوادگی ________ شغل ________
تاریخ شروع اشتراک ________ برای داخل‌کشور ☐ ، خارج ازکشور ☐
شماره فیش بانکی ________ بانک ________ مبلغ ________
نشانی ________
________ کدپستی ________
تلفن ________ فاکس ________
امضاء

کارت اشتراک

نامهٔ اتاق بازرگانی

در صورت تمایل به اشتراک «نامهٔ اتاق بازرگانی» - «هفته‌نامه» سابق اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و جزوه‌های اطلاعاتی، آموزشی و گزارش‌های ویژهٔ ضمیمه آن که ماهانه چاپ می‌شود، کارت اشتراک را تکمیل کرده و همراه با اصل برگ واریز بانکی حق اشتراک که به حساب جاری ۱۰۱۱۰ بانک ملت، شعبه شرکت نفت، خیابان طالقانی - تهران واریز شده باشد به نشانی تهران ۱۵۸۱۴، خیابان طالقانی شماره ۲۵۴، صندوق پستی ۲۶۷۱-۱۵۸۷۵ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران - روابط عمومی ارسال فرمائید.

حق اشتراک برای یکسال ۱۸۰۰۰ ریال و هزینه پست برای خارج از کشور به عهدهٔ مشترک است.

برای کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۸۳۸۳۲۷ تماس حاصل فرمائید.

________ شماره کارت عضویت ________
نام مؤسسه ________ شغل ________
نام و نام‌خانوادگی ________
تاریخ شروع اشتراک ________ برای داخل‌کشور ☐ ، خارج ازکشور ☐
شماره فیش بانکی ________ بانک ________ مبلغ ________
نشانی ________
________ کدپستی ________
تلفن ________ فاکس ________
امضاء

بسمه تعالی

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

انجمن حسابداران خبرهٔ ایران

دورهٔ عالی حسابداری و مدیریت مالی

و دوره‌های تکمیلی حسابداری وامور مالی

● اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، هشتمین دورهٔ عالی حسابداری و مدیریت مالی (ویژهٔ لیسانسیه‌ها)، دومین دورهٔ تکمیلی(۲) (ویژهٔ فوق‌دیپلمه‌ها) و نهمین دورهٔ تکمیلی (۱) (ویژهٔ دیپلمه‌ها) را با همکاری **انجمن حسابداران خبرهٔ ایران** به شرح زیر برگزار می‌نماید:

دوره عالی حسابداری و مدیریت مالی

- کاربرداستانداردهای حسابداری
- حسابداری مالی
- حسابداری مدیریت
- مدیریت مالی
- حسابرسی
- قانون مالیاتهای مستقیم
- قانون تجارت
- آشنایی با کامپیوتر
- زبان تخصصی

دورهٔ تکمیلی (۲) حسابداری و امور مالی

- حسابداری مالی پیشرفته(۱)
- حسابداری مالی پیشرفته(۲)
- حسابداری صنعتی(۲)
- حسابداری مدیریت
- کاربرد استانداردهای حسابداری
- مدیریت مالی

دورهٔ تکمیلی(۱) حسابداری و امور مالی

- حسابداری مالی
- مباحثی ازحسابداری مالی تکمیلی
- حسابداری صنعتی
- مدیریت مالی و بودجه
- حسابرسی
- قانون مالیاتهای مستقیم
- قانون تجارت
- آشنایی با کامپیوتر

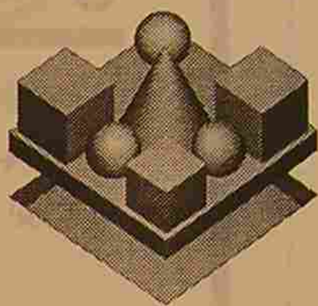
شرایط شرکت‌کنندگان:

- لیسانس حسابداری یا رشته‌های مشابه وسه‌سال سابقه کارحسابداری یا حسابرسی
- مدرک دورهٔ تکمیلی (۱) حسابداری و امور مالی
- یا فوق‌دیپلم وسه‌سال سابقه کار درحسابداری یا حسابرسی
- مدرک دیپلم متوسطه و پنج‌سال سابقه کاردر حسابداری یاحسابرسی

● مدت آموزش هریک از دوره‌های فوق ۲۶۰ ساعت
(فقط روزهای پنجشنبه از ساعت ۸ تا ۱۳)

● محل ثبت‌نام و کسب اطلاعات بیشتر:
خیابان طالقانی بین خیابان فرصت و خیابان دکترمفتح آموزشگاه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران تلفن: ۸۳۸۳۲۴

بازار کالا و خدمات



خریدار پارافین وکلینکر

شرکت CLASSIC BUSINESS CENTRE

از کشوربنگلادش خریدار کلینکر - وازلین - پارافین وکس ، جامدسفید نیمه پالایش شده MP-56/58,58/60C OIL CONT:105/MAX

زیره وادویه - پارافین مایع وقیر وشیشه می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

CLASSIC BUSINESS
CENTRE
23,TERRI BAZAR
Tlx:66337 HBL CGBJ
ATTN HABIB
Fax:031-610434,610396

خریدار انواع کالا

شرکت BUSINESSOURCES

از کشور بنگلادش خریدار اقلام زیر می‌باشد.

۱- محصولات دارویی وپزشکی
۲- موادغذایی وآشامیدنی
۳- موادشیمیایی ومشابه آن
۴- کاغذ،بسته‌بندی ولوازم دفتری،
۵- مصالح ساختمانی،ابزارآلات وسخت‌افزار
۶- تجهیزات صنعتی
۷- محصولات الکتریکی والکترونیکی کامپیوتر
۸- حمل ونقل
۹- تجهیزات کنترل ابزار
۱۰- خدمات
۱۱- اجناس متفرقه
۱۲- فرآورده‌های داخلی ودست دوم

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

P.O.BOX;355
UPALATA
42ID Amirbagh R/A
CHITTA G ONG

BANGLADESH
Tel:88031 226184
Fax:880 31 226184
Telex:633160 Bj

خریدار فرآورده‌های ایران

شرکت TRAASSCOM ENERGY & SERVICE S

از کشوربنگلادش خریدار قیر- سیمان - کلینکرسیمان - فرآورده‌های نفتی - میوه وآبمیوه می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

TRAASSCOM ENERGY &
SERVICES
House:28,Raod:01,Lane:
09,Block:I, Halishahar
Housing Estate,
Chittagong
Bangladesh
Tlx:66358 SMT Bj
Tel:031-502 168,031-
51900,031-505869
Fax;225572,225042

خریدار کالا

شرکت CORDIALENTERPRISE

از کشور بنگلادش خریدار سنگ مرمر، ادویه، انواع سفال وآجر،خرمای خشک ، ورق‌های مس، کارخانه لوازم بهداشتی، یاتاقان و بلبرینگ در انواع مختلف،سیمان سفید،سیمان رنگی،ورق‌های آلومینیمی، سیم‌های مسی روکش دار، ورق‌های شیشه می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

93,NAWABPUR ROAD
(3RD,FLOOR)
DHAKA-1100
BANGLADESH
Tel:241594
Fax:880-2-841785

خریدار کالاهای مختلف

شرکت BENGAL TRADING HOUSE

از کشوربنگلادش خریدار محصولات شیمیایی آرایشی وبهداشتی، محصولات الکتریکی والکترونیکی - غذائی - فلزات آهنی و غیرآهنی - منسوجات - کاغذ- ابزارآلات - شیشه - لوازم ساختمانی - لوازم خانگی - لاستیکی وپلاستیکی- موادبسته بندی -کیف وکفش - محصولات معدنی - سیمان وسایرکالاهای مصرفی می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

BENGALTRADING HOUSE
JALIL KHALIL MARKET,
72 RAHMATUNNESA
ROAD, REAZUDDIN BAZAR.
CHITTAGONG

BANGLADESH
Tel:880-31-613278
Fax:880-31-610005

علاقه‌مند به همکاری

یک شرکت بنگلادشی به نام ROYAL ENTERPRISES CO.

علاقه‌مند به برقراری ارتباط تجاری باصادرکنندگان وتولیدکنندگان انواع ماشین آلات - محصولات آهنی وفولادی - محصولات شیمیایی - کالاهای مصرفی - سیمان - شکر - فلزات آهنی - آلومینیوم - موادغذایی - مولدهای برق ومحصولات کشاورزی می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

ROYAL ENTERPRISES CO

MAILING ADDRESS
G.P.O.BOX.NO 89
CHITTAGONG
BANGLADESH
Tel:880-31-22 6622
Fax:880-31-22 6622

خریدار کفش فوتبال

یک شرکت پاکستانی بنام WASEEM SPORTS

خریدار کفش فوتبال می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

WASEEM SPORTS
DEPUTY BAGH STREET NO.2
SIALKOT-1,PAKISTAN
Tel:(0432)85081
Fax:92-432-560812-590812

خریدار کالاهای متفاوت

شرکت SEALAND INTERNATIONAL از کشور بنگلادش خریدار تایرسایز ۱۴/۱۶-۹۰۰/۲۰ PLY ۱۶- ۱۰۰۰/۲۰ PLY الیاف دست دوم یامستعمل نایلونی وپلی استری، روغن‌های غیرماکول - قیر ۱۰۰-۸۰ - سیمان - سودااس - لپهٔ عدس وماشین‌های تعمیراساسی می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

SEALAND INTERNATIONAL
EXPORTER&IMPORTER
369,STRAND ROAD,
MAJIRGHAT,
CHITTAGONG,BANGLADESH.
Tel:031 504191,505310
Fax:880 31 505310

خریدارانواع چربیها وصمغ روغن

شرکت بنگلادشی KABERI SHIPPINGAGENCY خریدارصمغ روغن تریبانتین - صمغ راتیانه - پارافین وکس نیمه پالایش شده - مرکب - غذای دام - ویتامینهای رشد Foultry - انواع چربیها واسید روغن‌های چرب می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

KABERI SHIPPINGAGENCY
MOHAMMADI MANSION
(1st Floor) post Box
No.1099
83,Khatungoni,
chittagong,bangladesh
Tel:623143
Tlx:66225 CAGPCO BJ
Fax:880-31-710957

خریدار کالاهای مختلف

شرکت ADISA NEW LINE INVESTMENT COMPANY از کشورنیجریه خریداربند چرمی ساعت - تلویزیون رنگی - پارچهٔ مخصوص لوازم ورزشی - کفش چرمی - توپ فوتبال - تزئینات کریسمس - اسباب بازی - کلید وپریز می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

ADISA NEW LINE
1St Floor No.7,Byron
Lane Balogun, Lagos
Nigeria G.p.o.box:7555
Lagos
Fax: 234-01-2660

قابل توجه بازرگانان

شرکت EURO-BJURO-CENTER از کشورلهستان علاقه‌مند به همکاریهای بازرگانی وصنعتی وپذیرش نمایندگی باطرف‌های ایرانی است.

علاقه‌مندان می‌توانندجهت کسب اطلاعات بیشتر باآدرس زیر تماس حاصل نمایند:

EBC
ul.Staromiejska12
40-013 KATOWICE
POLAND
Tel,Fax:(0483)
15384 36
TlX:0315216 ebc pi

خریدار کالا

شرکت INDUS TRADING از پاکستان خریدارقراضه آهن، مس، پلاستیک ،وسایل پزشکی مصرفی و وسایل بیمارستانی ،مواد اولیه پلاستیک ،لاستیک وتیوپ دست دوم وهرنوع کالای دیگر ساخت ایران می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

SHAHI BAZAR KOTRI
PAKISTAN
Tel:0221/870405
Fax:92-0221-870865

خریدار کالا

شرکت IMRAN ENTERPRISE از کشور بنگلادش خریدار قیرنفتی ،قیرمعدنی وسیمان کلینگر می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

House No-233,Road No-4
C.D.A R/A,AGRABAD
Tel:880-31-712237
Fax:880-31-710183
Telex;66472 Chamber
BJ
Chittagong Bangladesh

خریدار انواع کالا

شرکت WORLD IMPORT CONSULTING از کشور ژاپن خریدار مایحتاج عمومی وفانتزی است .

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

5-48-3 HONKOMAGOME
BUNK YO-ku
Tokyo-113
JAPAN
Tel:03-3821-4094
Fax:03-3821-3388

خریدار پنبه خام

شرکت MASTER TRADE INTERNATIONAL از کشوربنگلادش خریدار پنبه خام می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

30,BANGABANDHU
AVENUE (5 TH FLOOR)
G.P.O.BOX:792 DHAKA
BANGLADESH
Tel:252339
Tlx:632458 MEGHNA BJ
Fax:880-2-869813

خریدار کالاهای مختلف

شرکت بنگلادشی SIMNI SHIPPING LINES LTD خریداربرنج -گندم - شیرخشک - شکر- نمک - سیمان - کلینکر- سوداش - آهن خام - قراضه فولاد- کشتیهای اسقاطی - سوداکاواستیک - نخود- ماشین‌های دست دوم - پوشاک - زغال سنگ - روغن سویا- دانه خردل وبذر می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

SIMNI
Sattar Chamber (4th
floor)
99-Agrabad C/A
Chittagong Bangladesh
Tel:880-31-713477/
713478
Fax:880-31-713479/
713602
Tlx:66430 SIMNI BJ

خریدار سیمان وکلینکر

شرکت بنگلادشی SIIMEX خریدار سیمان - کلینکر وانواع کاغذ می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

SIIMEX
642,HAJI MARKET(2 ND
FLOOR)
SADARGHAT ROAD,
CHITTAGON G-4000
BANGLADESH
Tel:614074/614938
Fax:610938/610032

خریدار انواع کالا

شرکت تایلندی Central خریدار انواع لباس وپوشاک ،لباس زیر- کالاهای ورزشی -کالاهای الکتریکی - موادغذایی ونوشیدنی ونوشابه - لوازم آرایشی وبهداشتی وعطریات -کفش -کالاهای خانگی - کالای چرم - ابزار اداری وخانگی - ادوات موتورسیکلت - سخت افزار - سرامیک وشیشه جات - ساعت وکلیه کالاهای مصرفی دیگر می‌باشد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

CENTRAL
9th floor chidlom
Tower building
ploenchit Road
Bangkok 10330
THAILAND
Tel:(662)254-7104-13
Fax:(662)254-0953

شرکت های ایتالیایی خریدار انواع کالا

شرکت های ایتالیایی زیر خریدار انواع کالا از ایران می‌باشند:

مذکور وظیفه مشاوره را برعهده دارد.
وسیله کسب اطلاعات بیشتر:
تلفن: ۲۲۸۴۱۶
فاکس: ۶۲۰۸۸۵

علاقه مند به همکاری

شرکت‌های بازرگانی وصنعتی رومانیائی زیر علاقه‌مند به همکاری با طرف‌های ایرانی هستند:

۱- تولیدکننده پمپ

AVERSA SA
25,Ziduri Mosi st.,
Bucharest
Fax:00401-6423593
Tlx:11596

۲- لوازم جاده سازی

ARO SA
223,Traian st.,
Campulng Muscel
Fax:004048-212800
Tlx:18611

۳- موتوراتومبیل

AUTOMOBILE DACIA SA
1-3,Uzinei st.,Pitesti
FAX:004048-614806
Tlx:18226,18227

۴- انواع الیاف

FIBREX SA
1,Uzinei st.Savinesti
Fax:004033-221638
Tlx:25221

۵- لوازم صنعتی

INDUSTRIALEXPORT SA
13,Dacia Blvd,Bucharest
Fax:00401-2116211
Tlx:10052,10930 INDEX R

۶- ماشین وابزار آلات صنعتی

MASINIEXPORT IMPORT IND SA
32,Republicii Blvd,
Bucharest
Fax:00401 - 3120150
Tlx:11206,11216 MEXIM R

۷- ساعت، دستگاه اسپری (رنگ ماشین)، فشارآب سنج وگازسنج

MECANIA FINA SA
5-25 POPA Lazar St,
Bucharest
Fax:00401-2503116
Tlx:11583

۸- امورتوریستی وپرواز چارتر

MIRAVIA ROMANIAN AIRLINES 41,Magheru Blvd,Bucharest
Fax:00401-312 9515
Tel:00401-6594516

۹- موادشیمیائی

ROMFIBRE IND SA
39-41,Academiei st.
Bucharest
Fax:00401-312 0776
Tlx:10968 ROFIB R

۱۰- البسه بافتنی

SIRETUL SA
19,Moldovei st
Fax:004032-213024
Tlx:22713

۱۱- دارو

Stirom SA
43,Theodor Palady st.
Bucharest
Fax:00401-312 9023
Tlx:10089

۱۲- نصب کارخانجات صنعتی

UZINEXPORTIMPORT SA
32,Republicii St,
Bucharest
Fax:00401-3120502
Tlx:112 14 UEI R

۱۳- واردات نفت

PETROLEXPORT IMPORT SA
1-3Magheru Blvd
Fax:00401-6156560
Tlx:11519 AETEX R

۱۴- لوازم صنعتی

MAT SA
7,Lapusului st,Craiova
Fax:004051-197 316
Tlx:41250

تسلیت

باتاثر وتاسف فوت نابهنگام همکار عزیزمان آقای مزلقانچای رابه خانواده محترمشان تسلیت عرض نموده وازخداوند متعال شادی روح آن مرحوم وبقاعمربازماندگان را آرزومندیم.

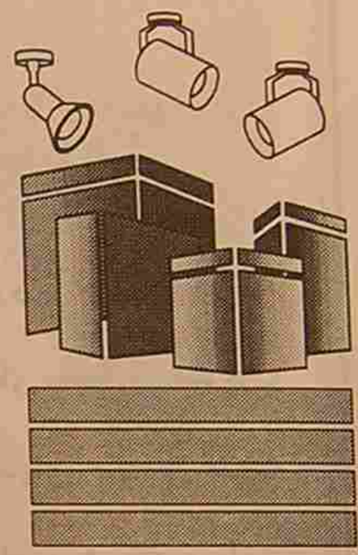
اعلامیهٔ استانداری آستراخان - روسیه

"چنانچه تجربهٔ قبلی نشان می‌دهد ترتیبات بدون ضابطهٔ عقد قراردادهای تجاری غالباً باعث شکایات زیاد طرفین شده وبرای بررسی‌های بعدی داوری مشکلاتی بوجود می‌آورد.

لذا به کلیهٔ بازرگانان ایرانی توصیه می‌شود که کلیهٔ قراردادهای بازرگانی وصنعتی باتجار آستراخان را حتماً" دراتاق بازرگانی وصنایع ایالت آستراخان به ثبت رسانند تادچار مشکلات بعدی نشوند.
شماره‌تلفن‌اتاق بازرگانی آستاراخان: ۲۴۷۷۱۵



نمایشگاهها



نمایشگاه بین‌المللی مکزیک

نمایشگاه بین‌المللی QUERETARO 95 درزمینهٔ دامداری - صنعت - تجارت وصنایع دستی از تاریخ ۱۰ لغایت ۲۶ آذر ۷۴ (اول الی هفدهم دسامبر۹۵) در شهر کرتاروی مکزیک برگزار می‌گردد.

CENTRO EXPOSITOR
APDO. POSTAL NO.1-216
QUERTARO,
QRO MEXICO
Tel:52-42-132095-132035
Fax: 134106

نمایشگاه بین‌المللی معدن‌کاری در قزاقستان

اولین سمینارونمایشگاه بین‌المللی معدن‌کاری Mintech 95 از تاریخ ۳۱ اکتبر لغایت ۳ نوامبر (۹ الی ۱۲ آبان ۷۴) در شهرآلماتی برگزار می‌گردد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

Mr.Yustin Webb
TNT Productions,Inc.
1097 loran Road Greal Falls,VA
22066 USA
Tel:USA+1(703)406-0010
Fax:USA+1(703)-406-8543
Tlx:(23)7403630 TNTP UC

نمایشگاه بین‌المللی چرم در ترکیه

نمایشگاه بین‌المللی چرم به نام INTERNATIONAL LEATHER DAYS 96 از تاریخ ۱۲ لغایت ۱۴ ژانویه ۹۶ (۲۲ الی ۲۴ دی ۷۴) درمحل دائمی مرکز تجارت جهانی در شهر اسلامبول برگزار می‌گردد.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

ezhi ajans
REKLMCILIK YAYINCILIK
LTD.STI
MOLLAFENARI SOKAK 37/2
cagaloglv
istanbul-TURKIYE
Tel:(0212)527 07 20-5270728
Fax:(0212)512 62 81

نمایشگاه بین‌المللی ماهیگیری در یونان

نمایشگاه بین‌المللی ماهیگیری ولوازم آکواریوم ولوازم مربوطه از تاریخ ۱۲ لغایت ۱۵ اکتبر ۱۹۹۵ (۲۰ تا ۲۳ مهر ۷۴) در مرکز HELEXPO واقع درشهر تسالونیکی یونان برگزار می‌گردد.

علاقه‌مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند باقسمت بازرگانی سفارت یونان در تهران باآدرس زیر تماس حاصل نمایند:

GREEK EMBASSY
ECONOMIC AND COMMERCIAL SECTION
ESFANDIAR AV.NO.43
AFRICA EXPRESS
WAY P.O.BOX:11365-8151
TEHRAN 19679 IRAN
Tel:2250024(DIRECT),
2220533,2223784
Tlx: 226764 GREG IR.
Telfax:2250024

فهرست نمایشگاههای بازرگانی - صنعتی لهستان در سال ۱۹۹۶

۱- نمایشگاه لوازم ساختمانی از تاریخ ۲۳ لغایت ۲۶ ژانویه (۳تا۶بهمن ۷۴)

۲- نمایشگاه لوازم ایمنی ازتاریخ ۲۳ لغایت ۲۶ ژانویه (۳تا۶ بهمن ۷۴)

۳- نمایشگاه لوازم مصرفی ازتاریخ ۲۷ فوریه لغایت اول مارس (۸تا۱۱ اسفند ۷۴)

۴- نمایشگاه دوچرخه از ۲۷ فوریه لغایت اول مارس (۸ تا ۱۱ اسفند ۷۴)

۵- نمایشگاه لوازم پزشکی از ۱۲ لغایت ۱۵ (۲۲ تا ۲۵ اسفند ۷۴)

۶- نمایشگاه منسوجات از ۱۲ لغایت ۱۵ مارس (۲۲ تا ۲۵ اسفند ۷۴)

۷- نمایشگاه لوازم مصرفی وخانگی از ۲۶ الی ۲۹ مارس (۶ تا ۹ فروردین ۷۵)

۸- نمایشگاه الکترونیک ارتباطات از ۱۴ لغایت ۱۷ آوریل (۲۵ تا ۲۸ فروردین ۷۵)

۹- نمایشگاه ماشین چاپ از ۱۴ لغایت ۱۷ آوریل (۲۵ تا ۲۸ فروردین ۷۵)

۱۰- نمایشگاه MULTIMEDIA از ۱۴ لغایت ۱۷ آوریل (۲۵ تا ۲۸ فروردین ۷۵)

۱۱- نمایشگاه ماشین آلات از ۲۷ آوریل لغایت ۵ مه (۷ الی ۱۵ اردیبهشت ۷۵)

۱۲- نمایشگاه مبلمان از ۲۸ تا ۳۱ مه (۷ تا ۱۰ خرداد ۷۵)

۱۳- نمایشگاه ماشین‌های مربوط به چوب از ۲۸ تا ۳۱ مه (۷ تا ۱۰ خرداد ۷۵)

۱۴- نمایشگاه درزمینه نمایشگاههای بین‌المللی از ۱۶ تا ۲۱ ژوئن (۲۵ تا ۳۰ تیر ۷۵)

۱۵- نمایشگاه لوازم مصرفی پاییزه از ۳ لغایت ۶ سپتامبر (۱۲ الی ۱۵ شهریور ۷۵)

۱۶- نمایشگاه کالاهای آسیائی از تاریخ ۳ لغایت ۶ سپتامبر (۱۲ تا ۱۵ شهریور ۷۵)

۱۷- نمایشگاه لوازم کشاورزی از ۱۹ لغایت ۲۴ سپتامبر (۲۸ شهریور تا ۲ مهر ۷۵)

۱۸- نمایشگاه لوازم بسته‌بندی وانبارکردن از ۱۹ تا ۲۴ سپتامبر (۲۸ شهریور تا ۲ مهر)

۱۹- نمایشگاه لوازم مصرفی پاییزه از ۸ لغایت ۱۱ اکتبر (۱۶ تا ۱۹ مهر ۷۵)

۲۰- نمایشگاه توریزم از تاریخ ۸ لغایت ۱۱ اکتبر (۱۶ تا ۱۹ مهر ۷۵)

۲۱- نمایشگاه تبلیغات از تاریخ ۸ لغایت ۱۱ اکتبر (۱۶ تا ۱۹ مهر ۷۵)

۲۲- نمایشگاه محیط زیست از ۱۹ لغایت ۲۲ نوامبر (۲۸ آبان تا اول آذر ۷۵)

۲۳- نمایشگاه وسایل نظافت شهرهااز تاریخ ۱۹ لغایت ۲۲ نوامبر(۲۸ آبان تااول آذر۷۵)

۲۴- نمایشگاه سرمایه گذاری درشهرهای لهستان از۱۹تا۲۲ نوامبر(۲۸ آبان تااول آذر۷۵)

۲۵- نمایشگاه بین‌المللی موسسات کوچک از تاریخ ۱۹ تا۲۲ نوامبر(۲۸ آبان تااول آذر۷۵۷)

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

POZNAN INT.FAIR Ltd.
Gtogowska 14 ,60 734
Poznan
Tel: 6925 92
Fax:665827

نمایشگاه واردات ژاپن

بیست وپنجمین نمایشگاه واردات ژاپن از تاریخ ۲۲ لغایت ۲۵ فوریه ۱۹۹۶ (۳ لغایت ۶ اسفند ۷۴) دریوکوهامابرگزار می‌شود.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

Trade Fair Division
Kanagawa Trade
Promotion Corporation
40Industry and Trade
Center bldg
2/YAMASHITA,CHO/NAKA-ku
YOKO HAMA,231 JAPAN
Tel:(045) 671-7055
Fax:(045)671-7064

نمایشگاه ترکیه

نمایشگاه کالاهای تولید وتجاری ترکیه ازتاریخ ۳۰ اکتبرلغایت ۲۹ نوامبر۱۹۹۵ (۸آبان لغایت ۸ آذر۷۴) درشهر اسلامبول برگزار میشود.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

ILERI PAZARLAMA A.S.
Sakir kesebir cad
Balmumcu Plaza-1
No.30/3 80700 Balmumcu
Istanbul
Tel:(0090-212)288 1627, 8,9,
Fax:(0090-212)272 9878
274 9666

نمایشگاه الکترونیک کره جنوبی

نمایشگاه بین‌المللی قطعات وتجهیزات الکترونیک از تاریخ ۱۸ لغایت ۲۲ مـی ۱۹۹۶ (۲۸ اردیبهشت تا ۱ خرداد۷۵) در سئول برگزار می‌شود.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

KEPES 96
Fairs and Exhibition Dept
3D-22,korea Exhibition Center (koex)
159,Sam Sung-Dong,
Kangnam-KU
SEOUL,KOREA
Tel:82-2-551-8458/9, 0780,6509
Fax:82-2-551-8460

نمایشگاه تجاری بوگوتا

بیست ویکمین نمایشگاه تجاری بین‌المللی بوگوتاازتاریخ ۴لغایت ۱۴ ژوئیه ۱۹۹۶(۳ الی ۲۳ تیرماه ۱۳۷۵) برگزار می‌شود.

وسیله کسب اطلاعات بیشتر:

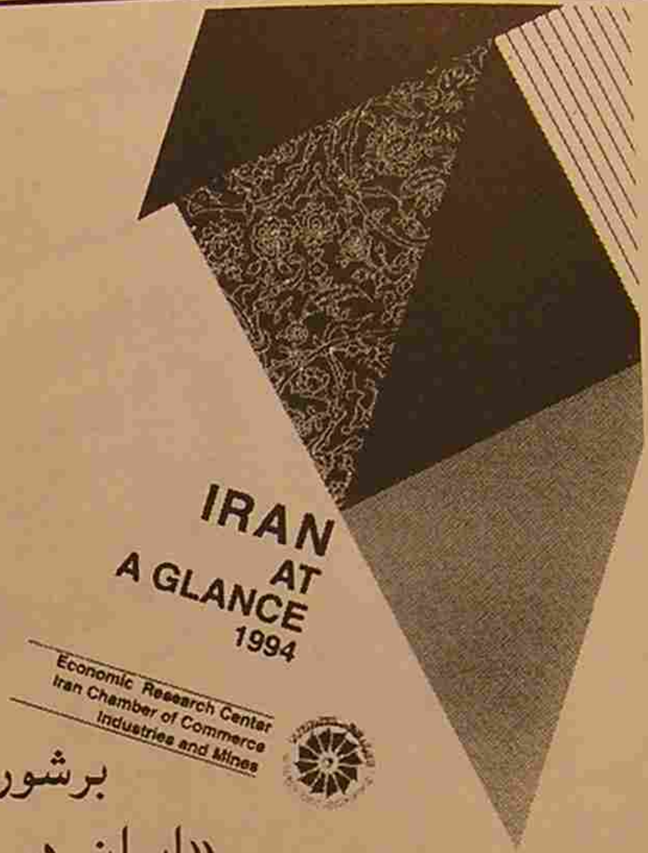
Corporacion de Ferids
y Exposicions
S.A
Cra.40 No.22c-67
A.A.6843
Santafe de Bogota D.C.
Colombia
Tel:337 76 76
Fax:337 72 72-337 7271

نمایشگاه اختصاصی ایران در روسیه

بقرار اطلاع شرکت صادراتی صنایع ایران، درنظر دارد دومین نمایشگاه اختصاصی نمایش وفروش کالاهای صادراتی ایران در سنت پترزبورگ روسیه رابامجوز رسمی مرکز توسعه صادرات ایران ،ازتاریخ دهم تانوزدهم آذر ماه ۱۳۷۴ برگزار نماید.

□





برشور آماری
«ایران در یک نگاه»
به زبان فارسی و انگلیسی منتشر شد

مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی ایران با همکاری روابط عمومی اتاق ایران یک برشور آماری در ۱۴ صفحه به دو زبان فارسی و انگلیسی تهیه و منتشر کرده است. این برشور که «ایران در یک نگاه» نام گرفته است طوری تهیه شده که با نگاهی گذرا بر آن، مهمترین آمار اقتصادی و اجتماعی کشور در چند سال اخیر را به خواننده منتقل میسازد.

در این برشور آماری با استفاده از کلیه آمارهای رسمی کشور ، آخرین ارقام مربوط به مساحت و جمعیت کشور - تقسیم جغرافیایی جمعیت برحسب سن - محل سکونت استان - آمار حسابهای ملی - آمار ساختارهای اقتصادی - شاخص های عمده اقتصادی - تولیدات اساسی در زمینه های کشاورزی - صنعت و معدن - تجارت خارجی برحسب قاره ها و کشورها - اقلام عمده صادرات کشور - صادرات برحسب بخشها - سهم طرفهای تجاری عمده در واردات و صادرات کشور - شاخص بهای عمده فروشی کالاها - شاخص بهای کالاهای مصرفی در مناطق شهری کشور و بالاخره جدول موازنه پرداختها درج شده است .

علاقمندان میتوانندبرای تهیه نسخ مورداحتیاج خود به واحد توزیع انتشارات روابط عمومی اتاق ایران واقع در طبقه پنجم ساختمان اتاق - شماره ۲۵۴- خیابان طالقانی - تهران مراجعه فرمایند.

منطقه ویژه اقتصادی

سیرجان

قطب تولید و تجارت بین المللی ایران

۱ ساعت فاصله هوایی تا تهران و ۲۰ دقیقه تا بندر عباس

۱۰ ساعت فاصله زمینی تا تهران و ۳ ساعت تا بندر عباس



سازمان عمران کرمان

ISFAHAN TILE INDS.

OUR « BEST PRODUCT »
YOUR BEST « CHOICE. »



USING ADVANCED TECHNOLOGY AND SUPERIOR QUALITY IN PRODUCTS. ISFAHAN TILE INDUSTRIES CO. IS PRESENTLY PRODUCING 6 MILLION SQUARE METERS OF WALL TILES IN VARIOUS PLEASING DESIGNS AND COLORS IN **15*15, 12*20, 12.5*20, 15*.20, 20*22.5** DIMENSIONS.

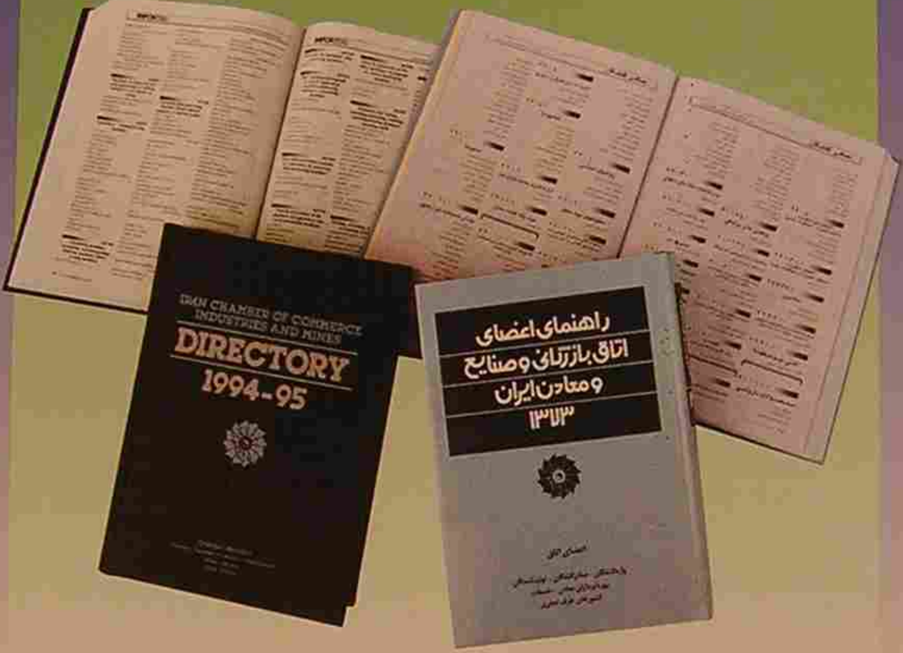
WITH THE EXISTING DEVELOPMENT PLANS. THE COMPANY'S PRODUCTION LEVEL IS PROJECTED TO RISE TO 10 MILLION SQUARE METERS SOON.

THE COMPANY IS EXPORTING TO THE MIDDLE EAST , EUROPE AND AFRICA ANNUALLY DUE TO HIGH QUALITY, DIVERSITY OF DIMENSION AND VARYING DESIGNS AND COLORS.

THERAN OFFICE : NO. 2, BOOSTAN 10 th. PASDARAN AVE.,
TEL.: 021-246750, FAX: 8014564, TLX: 213447

ISFAHAN OFFICE : NO. 146, EAST NAZAR AVE.,
TEL: 031-240598, FAX: 248249,TLX: 312319

FACTORY : ISFAHAN, KM 18 NAJAFABAD RD.
TEL: 03323-2591-3, 021-5046307, TLX: 312571



کتابهای راهنمای اعضای
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
سال ۱۳۷۳ و ۹۵-۱۹۹۴
در دو جلد جداگانه-فارسی و انگلیسی منتشر شد

هریک از این دو جلد کتاب معتبر و رسمی، حاوی اطلاعات کلی راجع به اقتصاد ایران، نام و نشانی و رشته فعالیت کامل و دقیق بیش از ده هزار شرکت / مؤسسه بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی است که در هفت بخش جداگانه: اعضای اتاق ایران-وارد کنندگان-صادر کنندگان تولید کنندگان-بهره برداران معادن-خدمات و کشورهای طرف تجاری هریک از اعضاء زیر عناوین و تعرفه های کالایی، بر اساس سیستم هماهنگ شده، تنظیم شده است

علاقمندان میتوانند برای تهیه این کتابها در وقت اداری به قسمت توزیع انتشارات
روابط عمومی اتاق بازرگا[illegible] معادن ایران
واقع در تهران، خیابان طالقانی [illegible] تهیه نمایند.

گواهی ایزو ۹۰۰۰ اس جی اس
بالاترین معیار اطمینان از کیفیت


SGS International Certification Services AG

مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران
Institute of Standards and Industrial Research of Iran

CERTIFICATE
Certificate Number: 58001

This is to certify that the Quality Management System of
بدینوسیله گواهی میشود که سیستم مدیریت کیفیت

SHAHID GHANDI COMMUNICATION CABLES CO. (SGCC)
Km 5 Kerman Road - Yazd - Iran

has been assessed and registered as meeting the requirements of
ISO 9002
مورد ممیزی قرار گرفته و در مطابقت با نیازمندیهای ایزو ۹۰۰۲ به ثبت رسیده است.

The scope of registration is detailed as follow
دامنه شمول ثبت بقرار زیر می باشد:

Manufacturing of communication cables
(Copper cables and fibre optic cables)

This certificate is valid for a three year period from the date of issue indicated below.
این گواهینامه بمدت سه سال از تاریخ صدور مندرج در ذیل معتبر است.

SGS International Certification Services AG
خدمات گواهی بین الملل اس جی اس
Technopark, Pfingstweidstrasse 30, CH-8005 Zurich/Switzerland

Zurich, October 3, 1995

The Management

Member of the SGS Group (Société Générale de Surveillance)

گواهی ایزو ۹۰۰۰ اس جی اس بامجوز رسمی و بین‌المللی SAS سوئیس در بالاترین سطح اعتبار جهانی ارائه میگردد و معیار اطمینان از وجود نظام کیفیت درسازمان تحت ارزیابی است. پروژه‌های ارزیابی کیفیت برای گواهی ایزو ۹۰۰۰ توسط ارزیابان خبره ایرانی دارای مجوز رسمی از IQA IRCA هدایت و با بهره‌گیری از کارشناسان ایرانی و خارجی متخصص در هر بخش از صنعت به اجرا گذاشته میشوند. در عین حال اس جی اس می‌تواند حسب نیاز کارفرمایانی که متقاضی اخذ گواهی ایزو ۹۰۰۰ از طریق سایر کشورها هستند امکانات لازم را فراهم آورد. دفاتر خدمات بین‌المللی گواهی کیفیت اس جی اس با مجوز رسمی از طرف مقامات اعتبار دهنده در کشورهای مربوطه به فعالیت اعطای گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ در سراسر دنیا اشتغال دارند.

جهت هرگونه اطلاعات بیشتر با آدرس یا تلفن‌های ذیل تماس حاصل فرمائید.

اس جی اس ایران

میدان آرژانتین خیابان الوند انتهای ۳۷ شرقی کوی نادر شماره ۱۸

تلفن: ۸۵-۶۴۱۹۲۸۱ فاکس: ۹۹-۸۸۸۴۸۹۸